

Zusammenfassung

Die Category Bearbeitung im Lebensmittel Einzelhandel nach ECR Prozess (Efficient Consumer Response) der Warengruppe Wein anhand des Beispiels von Nah und Frisch Pfeiffer.

Auftrag: Anhand eines Fallbeispiels von Nah und Frisch mit der Bearbeitung der Warengruppe Wein im Handel den achtstufigen ECR Prozess darstellen.

Einleitung: Die Art und Weise seine Leistung zu kommunizieren stellt den Erfolg oder Misserfolg dar.

Definition Category Management: Beschreibung der international gültigen Definition von Category Management.

Ausprägungen: Darüber hinaus werden in jedem Unternehmen noch zusätzliche Kriterien festgelegt, die in diesem Absatz beschrieben sind.

Category Definition Wein: Beschreibung, was gehört in diese Warengruppe und wie kann man diese gemeinsam steuern.

Wie ist die Category strukturiert: Darstellung der Strukturierung der Warengruppe Wein bei Nah und Frisch Pfeiffer.

Fazit: Zusammenfassung der Zuordnung und Begründung hierfür.

Category Rolle: Beschreibung wie die Rollenvergabe nach ECR bei Nah und Frisch durchgeführt wurde.

Prozess der Festlegung der Rollen aller vorhandenen Warengruppen: Darstellung und Unterscheidung von Pflicht,- Ergänzungs,- Profilierungs,- Saisonal Category Rollen in Bezug auf Nah und Frisch Pfeiffer.

Bedeutung Rolle Wein bei Nah und Frisch Pfeiffer: Wein fällt in die Pflichtrolle, was unter anderem auch hoher Preiswettbewerb bedeutet.

Welche strategische Rolle spielt die Kategorie bei Nah und Frisch Pfeiffer: Beschreibung der Modularität und Führungsziffern.

Category Analyse Wein:

Welche Analysetools werden verwendet: Beschreibung aller vorhandenen Hilfsmittel und Tools die zur Bearbeitung benötigt werden.

Wie sieht das Konsumentenverhalten in dieser Category am Gesamtmarkt Österreich aus: Darstellung des Konsumverhaltens anhand von verschiedenen AC Nielsen Auswertungen.

Wo liegen die Hauptpotentiale für die Category bei Nah und Frisch: Internes Zahlenmaterial wurde für die Auswertung von Potentialen verwendet.

Category Leistungsziele: Aus den Potentialen wurden konkrete Stärken und Schwächen abgeleitet.

Was soll mit der Category Wein bei Nah und Frisch Pfeiffer erreicht werden: Ein messbares wurde erarbeitet und niedergeschrieben.

Wie soll der Erfolg gemessen werden: Messkriterium für Nah und Frisch Pfeiffer wurde festgelegt.

Category Strategien: Auflistung möglicher Strategien im Lebensmitteleinzelhandel.

Mögliche Umsetzungen der Strategien darstellen und festlegen: Die Strategien auf die Warengruppe und Segmenten daraus herunter gebrochen.

Herausarbeiten von Marketinginstrumenten und deren Vor.- bzw. Nachteile: Marketinginstrumente werden vorgestellt und deren Verwendungszweck sowie Auswirkungen.

Welche Marketing Strategien soll die Category Wein bei Nah und Frisch verfolgen: Die Marketing Strategie mit den möglichen Tools wurde für Nah und Frisch erarbeitet.

Category Taktiken: Sortiment, Präsentation, Preis und Promotion sind die Variablen im Marketing Mix.

Welche Maßnahmen sollen in den Taktiken umgesetzt werden in Bezug auf Sortiment, Platzierung, Preis und Promotion: Konkrete Sortiments Veränderungen wurden dargestellt, richtige Platzierung ist wesentlich, Faktor Preis und Konkurrenzsituation aufgezeigt, Promotions- Muster erarbeitet und Maßnahmen daraus abgeleitet.

Category Umsetzung: In enger Zusammenarbeit mit der Vertriebsmannschaft werden die Resultate umgesetzt.

Category Überprüfung: Eine regelmäßige Gegenüberstellung von Ist,- zu Solldaten ergibt das Überprüfungsergebnis.

Wann und wie oft soll die Category Wein bei Nah und Frisch überprüft werden: Ein zyklischer Überarbeitungsprozess wird definiert. Dabei sollte beachtet werden, dass Kunden und Konsumenten nicht überfordert werden.

Schlusswort: Zusammenfassung meiner Arbeit, wichtige und wesentliche Punkte nochmals hervorgehoben.

Anhang Logistik: Hier wird die „Supply Side“ von der Category Wein dargestellt, herunter gebrochen auf die Kurant- Abwicklung, Ein.- und Auslistungen. Es wird auf die logistische Herausforderung hingewiesen.