



IFBD

Institute for Business
Development

>>> [IFBD.BE](https://www.ifbd.be) /
writers academy



Hoe beslist de shopper op basis van
assortiment en presentatie

masterclass Assortiment & Merchandising



INCLUSIEF VOOR
ELKE DEELNEMER

2023

Onder de deskundige leiding van:

Constant Berkhout

Founder

FUSION STRATEGY & RETAIL

Writers Academy

Unieke & inspirerende
workshops gebaseerd op
de meest populaire
managementboeken!



Waarom deze Writers Academy?

ASSORTIMENT EN PRESENTATIE KEUZES BEPALEN UW SUCCES

In een steeds meer digitale wereld moeten retailers zich bezinnen over de manier waarop ze hun vierkante meters winkelruimte invullen én moeten leveranciers keuzes durven maken met betrekking tot hun assortiment en de presentatie ervan. Retail-innovatie beperkt zich echter niet tot het bedenken van een nieuwe winkelformule of een nieuwe verpakking ... Innovatie moet shoppergedreven worden! Zeker nu de customer journey minder rechtlijnig is geworden en naast de fysieke winkelpunt, online en mobiel steeds in belang toenemen.

IDEALE SAMENSTELLING VAN UW ASSORTIMENT

Maar hoe bepaalt u welke producten ontbreken in uw assortiment? Hoe beslist u over de optimale frequentie voor promoties? Hoe verbetert de winkelbeleving? Hoe presenteert u uw producten? Primeert de omvang van het assortiment of de perceptie van de assortimentsvariëteit? Hoe kunt u de waarde van kleine aankopen verhogen? Is een kleiner assortiment steeds beter? Kortom, hoe stimuleert u trafiek!

WAT MAG U VERWACHTEN OP DEZE DAG?

In deze unieke workshop krijgt u onder meer antwoord op volgende vragen:

- > Hoe bepaalt u de omvang van uw assortiment?
- > Is less steeds more?
- > Hoe stelt u het ideale assortiment samen en hoe analyseert u deze?
- > Hoe beïnvloeden de beslissingsstrategieën van de shopper de samenstelling van het assortiment?

- > Hoe verloopt de Shopper Decision Tree?
- > Hoe kunt u deze Shopper Decision Tree identificeren, ook als er weinig data beschikbaar zijn?
- > Hoe belangrijk is de ruimte voor producten in het huidige retailconcept?
- > Hoe ziet een goed assortiments- en merchandisingplan eruit?
- > Wat zijn de universele merchandisingprincipes?
- > Hoe presenteert u producten in het huidige winkelconcept?
- > Waarom veranderen presentatieprincipes per categorie-rol?
- > Welke rol speelt de leverancier bij de analyse van merchandising?
- > Hoe selecteert u het type merchandising voor elke categorie?
- > Hoe bouwt u een gedegen assortiment plan op voor de categorie?
- > Hoe kan de retailer én de leverancier producten nog beter verkopen?
- > ...

STEL DE SHOPPER CENTRAAL

Deze workshop vertrekt van de behoeften, emoties en gedragingen van de shopper (fysiek én online) en integreert het assortiment en merchandise-denken. Vertrekkend vanuit gefundeerd onderzoek maar gestaafd met praktische oefeningen, tientallen voorbeelden uit retail en FMCG en fictieve maar transparante case studies, biedt Constant Berkhout u met dit programma een dieper en broodnodig inzicht in de wijze waarop shoppers informatie verwerken en beslissen in het (fysieke of online) winkelpunt. U leert de strategieën die retailers én leveranciers moeten hanteren om hun klanten tevreden te stellen en te behouden. Met dit programma kunnen zowel professionals uit de retail als leveranciers direct aan de slag met hun categorie-uitdagingen.

De docent-auteur



Constant Berkhout leidde in de afgelopen jaren zijn eigen advieskantoor Fusion Strategy & Retail op het gebied van retail strategie, data analytics en shopper marketing. Hiervoor werkte hij in diverse commerciële en strategische functies bij onder meer Ahold Delhaize (Research Manager), Kraft Foods (Category Manager & Accountmanager), P&G (Marketing & Business Transformation Professional) en PepsiCo (European Director Customer Marketing Insights). En dit in gans Europa.

Als gerenommeerd retail expert schreef hij diverse baanbrekende retail marketing boeken en publiceert hij regelmatig in vaktijdschriften. Constant Berkhout behaalde zijn Master of Science Cum Laude aan de Rijksuniversiteit Groningen.

Sinds 2011 begeleidt uw trainer zowel Europese Retailers als leveranciers, bij het uittekenen van een shopper-gedreven strategie.

“Innovatie beperkt zich in retail niet tot het bedenken van een nieuwe winkelformule, het gaat erom dat je een shoppergedreven filosofie aanneemt.”

De Writers Academy

Unieke & inspirerende workshops over leiderschap, management en communicatie.

“**Assortment and merchandising strategy**” maakt deel uit van de Writers Academy.

Het IFBD selecteert voor u de beste managementboeken, maar ook de beste schrijver-trainers. Na deze writers academy gaat u uitgedaagd, gemotiveerd en geïnspireerd terug aan de slag met nieuwe inzichten, nieuwe energie en nieuwe haalbare doelstellingen.





INTRODUCTIE

- ◆ Voorstellen trainer, deelnemers en aftoetsen leerdoelstellingen.
- ◆ Huisregels, agenda, kernbegrippen.

BLOK 1: BEPALEN OMVANG ASSORTIMENT

- ◆ Belang van assortiment vanuit 4 perspectieven: de shopper, de consument, de leverancier en de retailer.
- ◆ Observaties en redenen waarom assortiment management zo complex is.
- ◆ Afweging tussen groot en klein assortiment: is 'less' steeds 'more'?
- ◆ Effecten assortiment rationalisatie.
- ◆ Wisselwerking tussen aantal producten, ruimte en supply chain.
- ◆ Vergelijking ruimte elasticiteit tussen categorieën.

Fictieve case study m.b.t. omvang assortiment.

BLOK 2: SAMENSTELLING VAN HET ASSORTIMENT

- ◆ Good-Better-Best principe.
- ◆ De mate van variëteit kunt u meten (d.m.v. entropie en densiteit).
- ◆ Shopper decision tree: verschil met consumer decision tree, typen van marktonderzoek om deze te achterhalen, valkuilen shopper decision tree.
- ◆ Voorbeelden assortiment analyse.
- ◆ Vuistregels voor variëteit.

Fictieve case study m.b.t. Pareto Analyse & shopper decision tree.

BLOK 3: INVLOED VAN SHOPPER EN SHOPPING MISSION KENMERKEN

- ◆ Gezichtsveld shopper.
- ◆ Effect persoonlijkheid en andere factoren van shopper op aankoopbeslissing.
- ◆ Factoren die opvallendheid ('salience') van producten bepalen op schap / online.
- ◆ Shopping mission: definitie, relatie met variëteit en categorie definitie, methoden van onderzoek.

Fictieve case study m.b.t. shopping mission.

BLOK 4: PRESENTATIE PRINCIPES

- ◆ Wetenschappelijk gevalideerde principes toegelicht met voorbeelden uit de praktijk.
- ◆ Universele principes.
- ◆ Model en voorbeelden waarom presentatieprincipes per categorierol kunnen veranderen.
- ◆ Rol leverancier bij analyse van merchandising.
- ◆ Video over shopper gedrag in een winkel.

BLOK 5: BOUWEN ASSORTIMENT PLAN VOOR DE CATEGORIE

- ◆ Perspectief van de totale categorie: hoe werkt een retailer en hoe kan een leverancier zijn producten nog beter verkopen?
- ◆ Stappenplan startende vanuit doelstellingen en formule positionering met voorbeelden.

Fictieve case study m.b.t. assortment plan & de Retail Data Journey.

CONCLUSIES & LESSONS LEARNED

- ◆ Reflectie en terugkoppeling naar leerdoelstellingen.
- ◆ Uitreiking boek, certificaat, persoonlijke vragen.



"Constant Berkhout creëerde een gids om de 'magische kubus' van complex assortiment, vereenvoudigde presentatie en solide merchandising succesvol te managen, waarbij hij alle elementen biedt om waarde te creëren door de beschikbare schapruijme voor shoppers van talloze categorieën succesvol te optimaliseren."

**Eric van der Hoeven,
Vice President @ Danone**

"Best practices uit Berkhouts enorme retailervaring en de schat aan academische inzichten over shopperbesluitvorming maken dit boek tot een essentieel handboek over assortiment en merchandising."

David Moore, Lid van de Raad van Bestuur @ SPAR International

Timing cursus

- 08.30 Ontvangst, registratie met koffie/thee.
- 09.00 Start van de trainingsdag (met voorstelling docent)
- 12.30 Lunch
- 17.00 Einde van de cursusdag.

Zowel in de voor- als namiddag wordt een korte (koffie-)pauze gehouden.

masterclass Assortiment & Merchandising

> **Datum & locatie:** zie hiertoe onze website www.ifbd.be

> **Kostprijs:** 795 € (excl. BTW)

BEDRIJFSINFORMATIE

FIRMA:

STRAAT / NR. / BUS:

PC / GEMEENTE:

Alg. TEL-nr.:

ACTIVITEIT: industrie-productie groothandel & import kleinhandel horeca
 bouwondernemers transport diensten overheid

SECTOR: AANTAL WERKNEMERS:

FACTURATIEGEGEVENS

Facturatie-adres:

Uw referentie:

BTW-nummer:

DEELNEMER(S)

Dhr. / Mevr.:

Functie:

E-mail:

DATUM DEELNAME:

Dhr. / Mevr.:

Functie:

E-mail:

DATUM DEELNAME:

INSCHRIJVINGSMODALITEITEN

De deelnameprijs aan dit programma bedraagt **795 Euro** excl. 21% BTW. Dit bedrag is inclusief koude/warme dranken en een uitgebreide lunch tijdens de cursusdag. U ontvangt bovendien een **documentatiemap** die u als naslagwerk kunt raadplegen. Los van de eventuele subsidiëring van de Vlaamse Overheid (zie verder) geeft het IFBD per extra deelnemende collega **5% extra korting** op het **totaalbedrag** met een maximale **korting van 20%** (= 5 deelnemers of meer).

Na ontvangst van uw inschrijving krijgt u een **deelnamebevestiging** en een factuur. Een tweetal weken voor de cursus ontvangt u een **herinnering met nog enige praktische informatie** en een **routebeschrijving**.

De Vlaamse Overheid investeert in opleiding: tot 30% korting!

Het IFBD is erkend als **gecertificeerd opleidingsinstituut**. Dit maakt dat u onze trainingen gedeeltelijk kunt betalen met de subsidies toegekend door de Vlaamse Overheid via het systeem van de "KMO-portefeuille". Indien uw bedrijf voldoet aan de vooropgestelde criteria kan u tot 30% besparen op de opleidingskost. Meer informatie omtrent het systeem kan u vinden op de website van de Vlaamse Overheid: www.kmo-portefeuille.be.

Annulatie.

We begrijpen dat andere prioriteiten kunnen optreden tussen uw inschrijving en de cursus. Indien wij minstens **2 weken voor de cursus** uw annulatie ontvangen zoeken we samen met u naar de beste oplossing. **Minder dan 2 weken voor de eerste cursusdag** bent u ons het integrale bedrag verschuldigd en wordt mogelijks een administratieve kost (€ 75)

aangerekend. Wij zijn uiteraard steeds verheugd een collega te mogen verwelkomen in uw plaats.

Hotelovernachting op de locatie van de training

U kan op onze diverse trainingslocaties veelal een overnachting boeken om de cursus op een ontspannen manier te kunnen aanvatten en/of af te sluiten.

Meer informatie hieromtrent vindt u op onze website of via volgende link: www.ifbd.be/nl/over-ons/algemene-voorwaarden

IFBD-DATABASE & GDPR

We houden u graag op de hoogte van de laatste evoluties binnen uw sector. Daarom hebben we uw gegevens opgenomen in onze database. Uw informatie is voor eigen gebruik, wordt beveiligd en nooit aan derden doorgegeven. Hiertoe nemen we alle nodige maatregelen. Te allen tijde heeft u - overeenkomstig de wet "verwerking persoonsgegevens" van 8/12/1992 en de "AVG-reglementering" van 24/5/2016 - recht op inzage, wijziging of verwijdering van uw gegevens. Meer informatie via onze webpagina www.ifbd.be/nl/GDPR of via e-mail: DPO@ifbd.be.

ALGEMENE VOORWAARDEN

Op onze website op de pagina ifbd.be/nl/over-ons/algemene-voorwaarden vindt u al onze modaliteiten terug.

>>> Inschrijven via e-mail naar info@ifbd.be of via QR:

>>> Via volgende link:

[inschrijven](#)

