



**SAP® for Consumer Products**

## **SAP CATEGORY MANAGEMENT**

**Integrierte Funktionen und leistungsstarke Werkzeuge  
für ein erfolgreiches Category Management**

THE BEST-RUN BUSINESSES RUN SAP™



# KONSUMENTENVERHALTEN BESSER VERSTEHEN

**In Zeiten härtesten Wettbewerbs um die Gunst des Kunden müssen Hersteller und Handel die individuellen Konsumbedürfnisse der Endverbraucher in den Mittelpunkt rücken und mit differenzierten Strategien eine bessere Konsumentenbindung und -gewinnung erreichen.**

Stellen Ihre Produkte sicher, dass der Konsument exakt das erhält, was er wünscht und braucht? Wie wettbewerbsfähig ist Ihre Preis-/Sortimentspolitik? Können Sie Marktchancen und Potenziale für sich nutzen?

Fest steht: Je besser ein Unternehmen seine Kunden und ihre Bedürfnisse kennt, desto frühzeitiger lassen sich Trends und Veränderungen am Konsumentenverhalten erkennen. Der direkte Informationsaustausch zwischen Herstellern und Händlern und das gemeinsame Verständnis der Konsumentenbedürfnisse ist dafür eine wesentliche Voraussetzung.

Fakt ist: Category Management wird in vielen Unternehmen als so genannte „Insellösung“ betrieben. Analysen müssen immer wieder neu erstellt werden und die Konsolidierung von unstrukturierten Daten aus unterschiedlichen Quellsystemen stellt einen erheblichen Zeit- und Kostenfaktor dar.

Setzen Sie solchen ineffizienten Abläufen ein Ende und etablieren Sie ein Category Management, das durch die Integration in die Ablaufprozesse Ihres Unternehmens den entscheidenden Beitrag für mehr Absatzchancen und Wettbewerbsfähigkeit leistet. Dazu liefert die Anwendung SAP® Category Management mit ihren hoch entwickelten Funktionen und leistungsstarken Werkzeugen die technologische Basis.

Sie können

- aktuelle Marktforschungsdaten (GfK, AC Nielsen) integrieren
- Point-of-Sales-(POS)-Daten einbinden
- sich vollständig auf den Konsumenten und den Analyseprozess konzentrieren
- alle tangierenden Unternehmensbereiche einbinden (z. B. Trade Promotion Management, Key Account Management und Außendienst)
- über die Kollaborationsfunktionalität im Day-to-Day-Prozess gemeinsam mit Ihren Partnern Projekte und Aktionen initiieren und zeitnah bearbeiten

**Wie SAP Category Management Sie stufenweise und sicher zum Ziel führt, erfahren Sie auf den nächsten Seiten.**

# DER KONSUMENT IM FOKUS

## Definition

**Sinkende Margen und eine Fülle von Handelsmarken zwingen die Konsumgüterindustrie, das Kaufverhalten ihrer Kunden genauestens zu analysieren und bedarfsgerechte Sortimente anzubieten.**

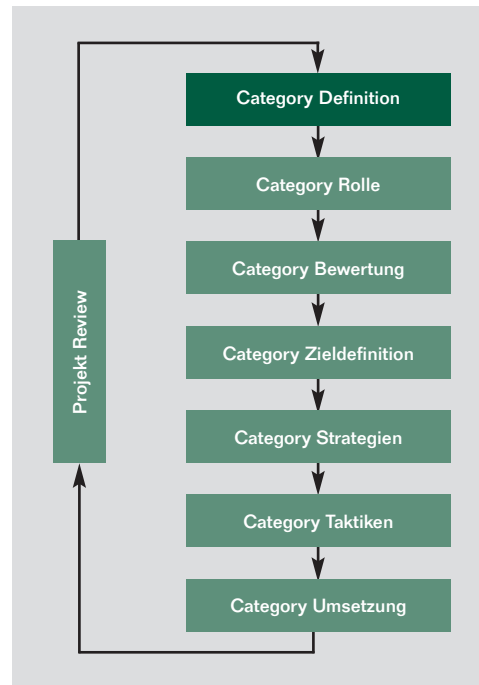
Der Category-Management-Prozess beginnt mit der Definition des Konsumentenbedürfnisses. Wie entscheidet der Konsument, wenn er ein bestimmtes Produkt kaufen will? Welche Sorte oder Art der Beschaffenheit bevorzugt er? Anhand welcher Kriterien trifft er seine Kaufentscheidung?

Der Entscheidungsprozess des Konsumenten für eine Kategorie wird in so genannten „Konsumentenentscheidungsbäumen“ (Customer Decision Trees, CDT) abgebildet. Die CDTs unterteilen eine definierte Kategorie in verschiedene Subkategorien sowie in Subsegmente, Marken und Artikel. Aufgrund der detaillierten Strukturierung lassen sich die Beweggründe des Konsumenten präziser ermitteln und reflektieren. Die Struktur kann im SAP Category Management hinterlegt und für die Analyse und Planung sowie das Monitoring eingesetzt werden. Somit wird die Basis für das Management der Kategorie als strategische Einheit geschaffen.

Durch die Abbildung der CDT-Hierarchie in der SAP-Lösung für Category Management können Sie:

- eine Kategoriestructur aufbauen, die den Entscheidungsprozess des Konsumenten widerspiegelt

- die Bedürfnisse und Verhaltensweisen Ihrer Kunden genau einschätzen
- auf eine standardisierte, konsistente Datenbasis zugreifen
- den Konsumentenentscheidungsbaum flexibel abbilden nach
  - Kunden bzw. Account
  - Vertriebsweg
  - Vertriebsorganisation
- die Kategorie analysieren, planen und den Erfolg monitorieren



# ANALYSEN STANDARDISIEREN

## Rolle und Bewertung

Durch die Festlegung der Rolle wird die Bedeutung der Kategorie bestimmt. Sie hat entscheidenden Einfluss auf den gesamten Category-Management-Prozess. Erst die anschließende Bewertung der Kategorie auf Basis richtiger Kennzahlen identifiziert die Potenziale der Kategorie.

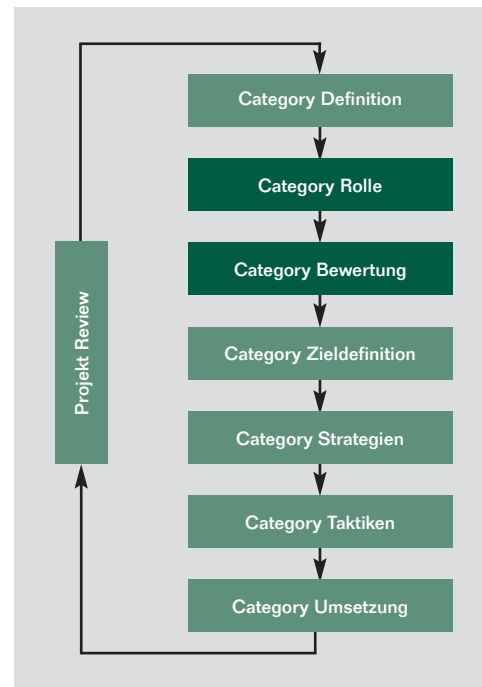
Mit SAP Category Management lassen sich nicht nur gemeinsame Datenbestände von Herstellern und Handel harmonisieren. Auch die für die Bestimmung der Rolle notwendigen Daten und Potenzialanalysen aus der Marktforschung und den POS-Daten werden standardisiert bereitgestellt.

Diese Datenintegration wird wesentlich erleichtert, weil SAP mit der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und AC Nielsen kooperiert und alle erforderlichen Haushalts- und Handels-Paneldaten über SAP NetWeaver® Business Intelligence (SAP NetWeaver BI) bereitstellt.

Der Vorteil liegt auf der Hand: Aufwändige manuelle Informationsbeschaffungen und -abgleiche entfallen. Die gewünschten Analysen und Reports rufen Sie einfach per Mausklick ab. Das macht Sie und Ihr Projekt schneller und effizienter. Expertenschätzungen gehen davon aus, dass für manuelle Arbeiten rund 70 bis 80 Prozent des Aufwands anfallen, während nur etwa 20 bis 30 Prozent für die eigentliche Analysetätigkeit genutzt werden können.

Folgende Datenquellen werden dabei mit eingebunden:

- POS-Daten
- Handels-Paneldaten
- Haushalts-Paneldaten
- Ex-Factory-Daten



# STRATEGIEN ZIELORIENTIERT UND ZEITNAH UMSETZEN

## Zielsetzung und Strategie

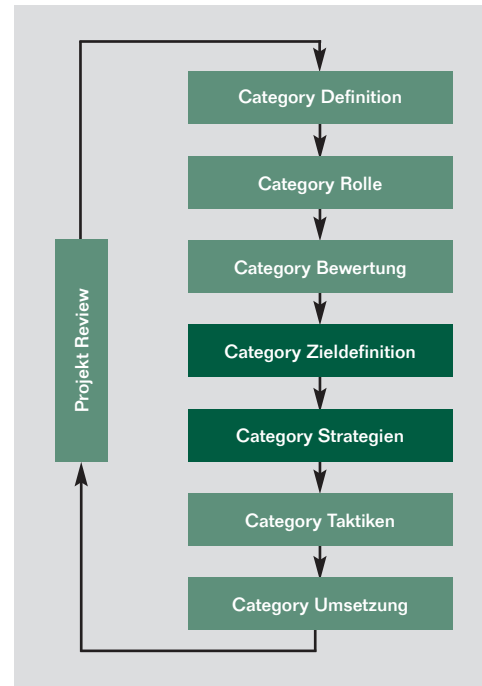
Ganz gleich, welche spezifischen Optimierungen Sie erreichen wollen – erst die klare Definition von Zielen und ihre Messbarkeit analog der Kategoriestructur ermöglicht ein an Zielen orientiertes Category-Management-Projekt.

Welche Zielgrößen möchten Sie aus der Category-Bewertung ableiten? Wollen Sie die Bedarfsdeckungsrate erhöhen oder die Käuferpotenzialausschöpfung steigern? Stehen finanzwirtschaftliche, konsumenten- oder marktbezogene Ziele im Vordergrund?

Des Weiteren können Sie eine komplette projektspezifische Balanced Scorecard aufbauen. Diese läßt sich während und bei Abschluß des Projektes auf ihre Zielerreichung überprüfen.

Für die Festlegung der Ziele und ihre Erreichbarkeit bietet Ihnen SAP Category Management folgende Möglichkeiten:

- Definition projektspezifischer Ziele, wie
  - finanzwirtschaftliche
  - marktbezogene und
  - produktivitätsbezogene Ziele
- Aufbau einer projektbezogenen Scorecard
- Definition projektübergreifender Ziele



# TAKTIKEN KLUG EINSETZEN

## Taktiken

Jede noch so ausgeklügelte Strategie erhält ihre Bedeutung erst durch ihre Umsetzbarkeit. SAP Category Management hilft Ihnen, die definierte Strategie mit den entsprechenden taktischen Maßnahmen ergebnisorientiert umzusetzen.

Sie können die Performance bestimmter Kategorien in der Vergangenheit messen und die Daten zur Steigerung der Wirksamkeit künftiger Initiativen einsetzen. Darüber hinaus stellt Ihnen die SAP-Lösung gezielte Informationen zur Verfügung, anhand derer Sie Ihre Preispolitik optimieren und die jeweiligen Auswirkungen erkennen können. Die wichtigsten Funktionen im Bereich der Category-Taktiken sind:

### ▪ Sortimentsoptimierung

Diese legen Sie – abgeleitet von der Eigenschaft der Rolle – fest. Die SAP-Lösung unterstützt Sie mit Benchmarks für z. B. kumulierte Käuferreichweite sowie Marktabdeckungsgrad, Absatz, Distributionsgrad.

### ▪ Regalplatzoptimierung

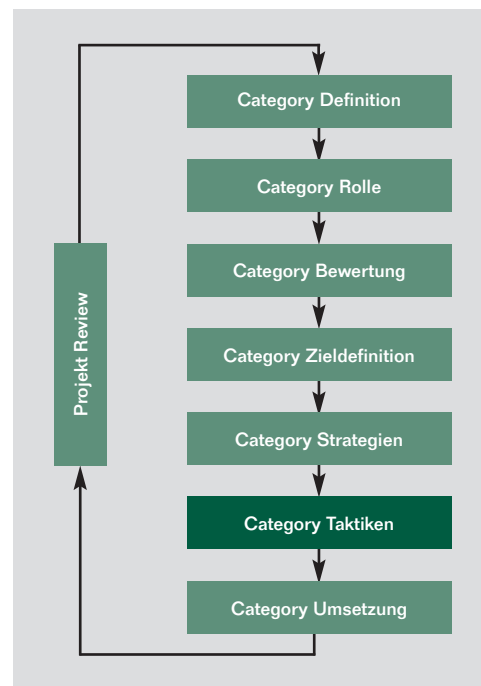
Die in der Sortimentsoptimierung durchgeführte Selektion wird an ein Regaloptimierungsprogramm übergeben, um damit die Regalplatzierung zu verbessern. Über eine definierte Schnittstelle leiten Sie das neu erstellte Regalplanogramm an Ihren Außendienst zwecks Umsetzung weiter.

### ▪ Promotion

SAP unterstützt Sie dabei, die optimale Promotiondefinition zu ermitteln und die Abverkäufe zu steigern. Tiefgreifende Analysen von Vergangenheitswerten erlauben Prognosen für die Zukunft. Der am meisten Erfolg versprechende Produkttyp und die Promotionkombination lassen sich exakt ermitteln.

### ▪ Preispolitik

Durchschnittspreise der Vergangenheit, die Preisgestaltung des Wettbewerbs und die Preissensibilität der Konsumenten lassen sich mit SAP Category Management analysieren. Auf diese Weise können Sie die eigene Preispolitik aktiv gestalten, Auswirkungen auf den Absatz erkennen und entsprechende Taktiken für die Zukunft festlegen. Für eine kontinuierliche Preisgestaltung wird durch die Integration der Marktforschungsdaten die Preisanalyse herangezogen.



## DETAILLIERTE ERGEBNISKONTROLLE

### Review

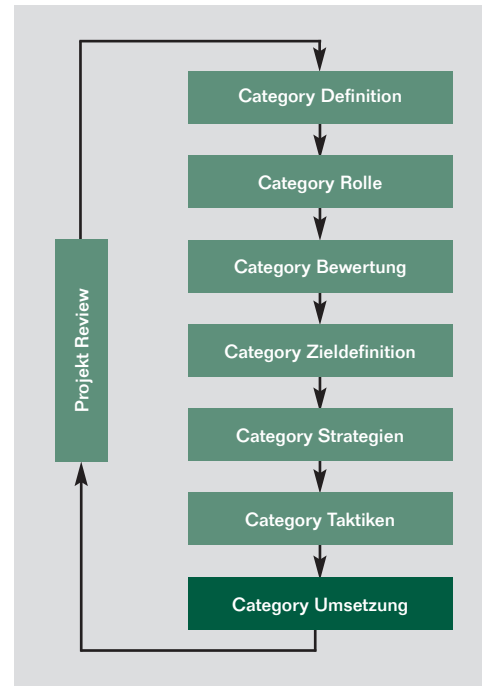
Wurden die richtigen Produkte, in der richtigen Zusammenstellung, am richtigen Ort und zur passenden Zeit angeboten? Der Category Review gibt aufschlussreiche Antworten.

Ist Ihr Category-Management-Projekt von Erfolg gekrönt? Was war bei der Durchführung gut, was weniger gut? Was lässt sich künftig besser machen?

Nach Abschluss Ihres Projektes können Sie prüfen, ob die definierten Ziele gemeinsam mit Ihrem Handelspartner erreicht wurden. Mittels eines Plan-/Ist-Vergleichs erhalten Sie Auskunft darüber, ob Ihre Aktivitäten Erfolg hatten. Sie erhalten ein komplettes Bild über den gesamten Projektverlauf und können die gesammelten Erfahrungen in Zukunftsprojekte einfließen lassen. Mit dieser Analyse schließt sich der Category-Management-Kreislauf. Gemeinsam mit Ihren Geschäftspartnern können Sie anhand der Ergebnisse Zukunftsprojekte ausrichten.

Der Category-Review von SAP umfasst:

- Projektbezogener Plan-/Ist-Vergleich
- Bereitstellung von historischen Planwerten für künftige Projekte
- Nutzung von Kennzahlen aus unterschiedlichen Datenquellen, wie Marktforschungsdaten, interne Kennzahlen, POS- Daten



[www.sap.de/consumer](http://www.sap.de/consumer)

### **Beratungsdienstleistungen von SAP Consulting**

Die Branchenexperten von SAP Consulting unterstützen Sie dabei, ein ganzheitliches, auf Ihre individuelle Situation abgestimmtes Lösungskonzept zu entwickeln und mit Ihnen gemeinsam umzusetzen. Langjährige Erfahrung in der Konsumgüterindustrie und im Bereich Category Management ist dabei ein Garant für den Projekterfolg. Nutzen Sie das Spezial-Know-how und die Lösungskompetenz von SAP Consulting, um die strategische Position und die Wettbewerbsfähigkeit Ihres Unternehmens nachhaltig zu stärken.

### **Sie möchten SAP und SAP Category Management näher kennen lernen?**

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme. Rufen Sie an oder schreiben Sie uns:

Ali Özkan  
Market Development CI  
SAP Deutschland AG & Co. KG  
Tel.: 0 62 27/7 - 4 53 10  
[ali.oezkan@sap.com](mailto:ali.oezkan@sap.com)  
[www.sap.de/consumer](http://www.sap.de/consumer)

50 075 847 (05/08)

© 2005 by SAP AG. All rights reserved. SAP, R/3, mySAP, mySAP.com, xApps, xApp, SAP NetWeaver, and other SAP products and services mentioned herein as well as their respective logos are trademarks or registered trademarks of SAP AG in Germany and in several other countries all over the world. All other product and service names mentioned are the trademarks of their respective companies. Data contained in this document serves informational purposes only. National product specifications may vary. Printed on environmentally friendly paper.

These materials are subject to change without notice. These materials are provided by SAP AG and its affiliated companies ("SAP Group") for informational purposes only, without representation or warranty of any kind, and SAP Group shall not be liable for errors or omissions with respect to the materials. The only warranties for SAP Group products and services are those that are set forth in the express warranty statements accompanying such products and services, if any. Nothing herein should be construed as constituting an additional warranty.

THE BEST-RUN BUSINESSES RUN SAP™

