

## Sport 2000 reorganiseert om 'ervaringsgerichte' klant

23-08-2018 14:50



Sport 2000 gaat verschillende productgroepen samenbrengen in zogenoemde ervaringsgebieden. Daarvoor wordt het productmanagement op de schop genomen en categorymanagement geïntroduceerd, zo laat de sportketen weten.

Sport 2000 zegt toe te werken naar een geïntegreerde, verticaal georiënteerde retailserviceorganisatie. In lijn met deze richting worden de 'interne structuren compleet gereorganiseerd'.

Consumenten kopen tegenwoordig 'op een ervaringsgerichte manier', stelt ceo Margit Gosau. Daarbij gaan ze volgens haar op zoek naar themagebieden met productlijnen die zijn geoptimaliseerd voor hun persoonlijke behoeften. "Dit vereist een duidelijkere strategie bij het samenstellen van onze productassortimenten. Iets wat we nu op een doelgerichte manier kunnen doen dankzij het invoeren van categorymanagement", aldus de topvrouw van Sport 2000 International.

De sportformule voert drie categorymanagementunits in. Zo worden zaken als hardlopen, teamsporten en zwembekleding ondergebracht in de categorie active & lifestyle. Verder is er een unit voor outdoor & winter en voor producten als schoenen, textiel en hardware. De verschillende categorieën zullen ondersteund worden door analisten, die verantwoordelijk zijn voor de consument- en marktinzichten.

De reorganisatie maakt het volgens Gosau mogelijk om 'geoptimaliseerde productgroepen samen te stellen

voor alle sportretailers in Europa'. Het bedrijf telt momenteel ruim 4.100 winkels in 25 landen, waaronder in Nederland. Vorig jaar waren de winkels goed voor een omzet van 3,8 miljard euro.