

Meer halen uit schap- en winkelruimte

12-09-2006 00:00

Spacemanagement als concept en discipline wordt al meer dan twintig jaar ingezet als tactische oplossing. Het is onderdeel van category management, maar gaat weer een stapje verder. Mario de Vries, consultant merchandising services bij ACNielsen, diept uit in het septembernummer van RetailTrends.

Spacemanagement kent een drietal optimalisaties die zowel door de retailer als de fabrikant kunnen worden ingezet: de visuele optimalisatie; de voorraadtechnische optimalisatie en de financiële optimalisatie. Deze optimalisaties worden niet allemaal gebruikt in elke markt of branche en categorie. Binnen de fmcg-markt gelden totaal andere regels dan in de professionele bouwwereld en DHZ-kanalen. Als de drie optimalisaties tegelijk worden ingezet, kan dit conflicteren met de voorafgaande optimalisaties. Er zal dus een balans moeten komen om toch tot een ideaal schap te komen.

Het gehele artikel is te lezen in het septembernummer van RetailTrends

Een jaarabonnement op RetailTrends? [Klik hier](#)

U kunt vrijblijvend een proefnummer aanvragen via sales@retailtrends.nl