

Оглавление

6	Предисловие
9	Часть I. Стратегия
9	1.1. Как все начиналось
12	1.2. Российский категорийный менеджмент – работает или нет?
18	1.3. Ресурсы: Карты, деньги, два ствола деньги, люди, ИТ-система
59	1.4. Оргструктура категорийного менеджмента
77	1.5. Продажи и категорийный менеджмент
85	1.6. Маркетинг vs категорийный менеджмент
93	1.7. Универсальный солдат
117	Часть II. Тактика
117	2.1. Общая система управления ассортиментом
121	2.2. Практика построения и анализа классификаторов
183	2.3. Копаем глубже — анализ категории
234	2.4. Ценообразование в категориях
260	2.5. Оборачиваемость и неликвиды