

weten & beschermen

beschermen

Marker  
Wadden

nieuwe natuur

Op is het mooiste stukje Noordzee, een uniek en vrijwel ongerept landschap in het Markermeer. Een natuurpark voor broed- en trekvogels.

meer weten

weten & beschermen

Natuurmonumenten

Natuurruimten in het Markermeer

# Handboek assortiment en presentatie

versie augustus 2023



Natuurmonumenten

# Handboek assortiment & presentatie

## Inhoudsopgave

1. Assortimentsstrategie
2. Prijsbeleid
3. Duurzaamheidsbeleid
4. Presentatie richtlijnen
5. Licentie richtlijnen
6. Marketing en communicatie richtlijnen
7. Webshop richtlijnen
8. Proces van mutaties assortiment
9. Proces van monitoring en rapportages
10. Overzicht van taken en werkzaamheden categorie manager en winkels



# 1. Assortimentsstrategie



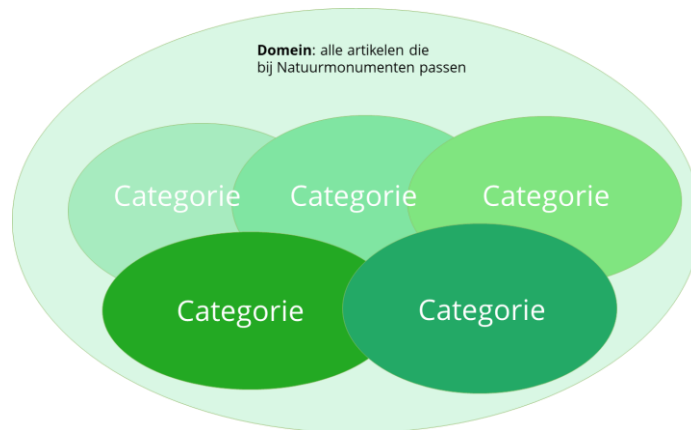
Natuurmonumenten

# Domein en categorieën

## Beleef de natuur

### Beleef het buiten...

- Wandelen
- Fietsen
- Sporten
- Relaxen
- Speuren
- Ontdekken
- Spelen
- Dutten
- Kletsen
- Eten en drinken
- ...
- ...



### Neem de beleving mee...

- Voor thuis
- Voor onderweg
- Voor jezelf
- Voor elkaar
- Voor een ander

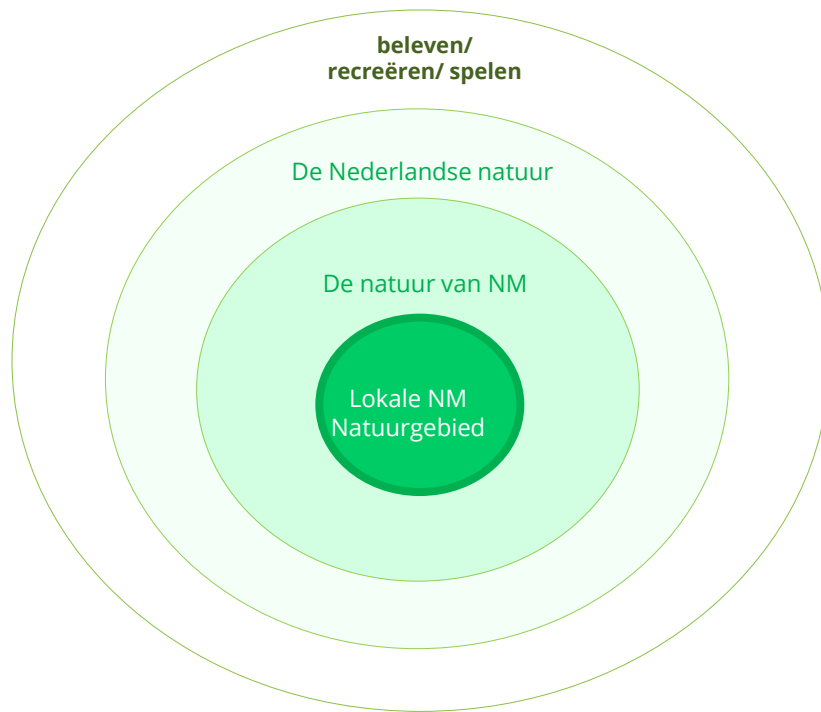
Ervaren  
Genieten  
Ontspannen  
Verbinden  
Verwonderen  
Ontroeren  
Koesteren  
Beschermen

...



Natuurmonumenten

# De Nederlandse natuur staat in het hart van het assortiment



## De Nederlandse natuur in het hart

De Nederlandse natuur speelt de hoofdrol in de winkel en in het assortiment van Natuurmonumenten.

We zoeken zoveel mogelijk producten met een relatie tot de Nederlandse natuur.

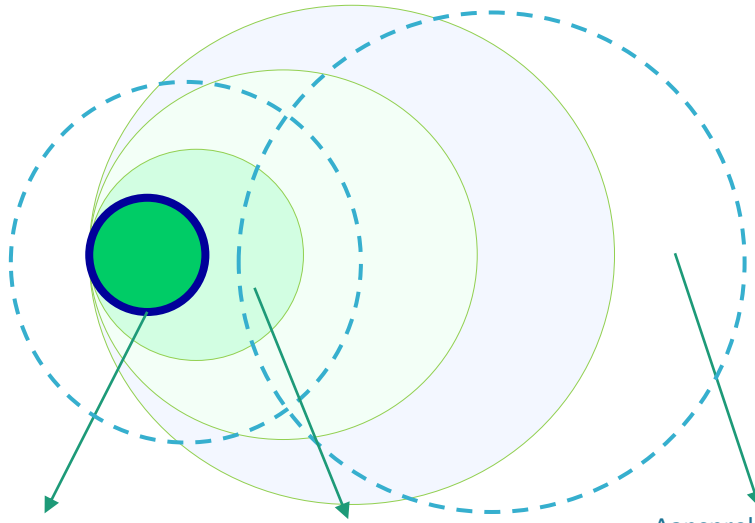
Voor het assortiment gericht op volwassenen worden hierin strengere keuzes gemaakt dan voor kinderen.

Voor kinderen geldt ook “de Nederlandse natuur in de hoofdrol”, maar kleine uitstapjes naar natuur buiten Nederland mag. Bijvoorbeeld plaatjesboek waar ook dieren uit Afrika in voorkomen.



Natuurmonumenten

# Assortiment draagt deels bij aan en is nooit strijdig met het doel van Natuurmonumenten



Waar wij in de kern voor staan, wat wij belangrijk vinden, wat we altijd groot willen presenteren en waarmee wij een deel van ons geld mee verdienen.

Maar vooral ook ons lidmaatschap en leuke activiteiten, die juist bijdragen aan onze totaal visie.

Aansprekend impulswaardig assortiment, dat in de behoefte voorziet van de klant. Cruciaal voor de omzet en rendement van de winkel.

## Assortiment dat goed doet

Een deel van het assortiment draagt actief bij aan het beheer voor de natuur en bijvoorbeeld de biodiversiteit. Wij zijn trots op dit assortiment. Bijvoorbeeld onze insectenhôtels. Dit assortiment neemt een centrale plek in in onze winkels.

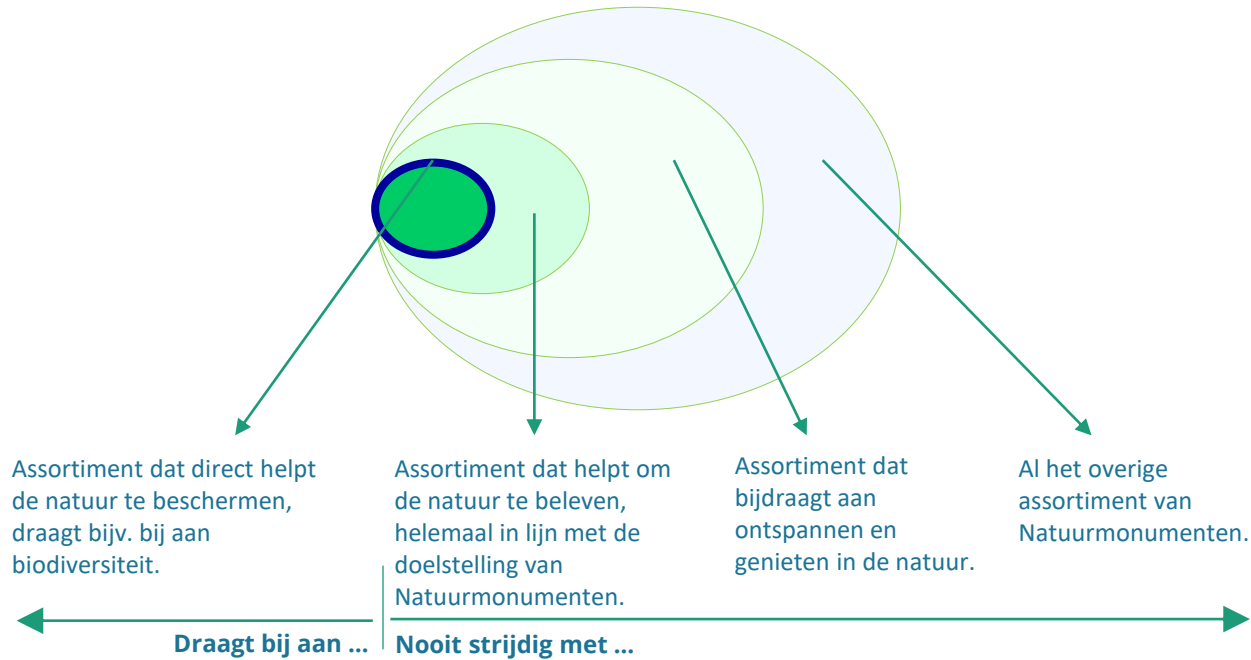
## Assortiment dat goed verdient

Het overige assortiment is gekozen omdat het goed bij het merk Natuurmonumenten past én omdat het goed verkoopt – hier verdienen wij ook geld mee. De belangrijkste voorwaarde is dat het assortiment nooit strijdig is met waar Natuurmonumenten voor staat.



Natuurmonumenten

# Assortiment draagt deels bij aan en is nooit strijdig met het doel van Natuurmonumenten



Natuurmonumenten

# Impulswaardig en onderscheidend assortiment



## **Impuls!**

Een natuurgebied van Natuurmonumenten wordt gewoonlijk niet uitsluitend bezocht voor de winkel. Voor sommige winkels geldt dat een deel van de trips naar de winkel wordt gedreven door de behoefte om een cadeautje te kopen, gepland of last minute.

Impuls is een belangrijke driver: “ik zie het en ik wil het hebben”. Impulswaardig is daarmee een belangrijk aspect van het assortiment.

- Leuk, aansprekend assortiment, maakt hebberig, en prijs is geen barrière.

## **Onderscheidend**

Als producten elders of zelf algemeen verkrijgbaar zijn, is er geen noodzaak om gelijk te kopen. Onderscheidend assortiment is een reden om *nú* te kopen.

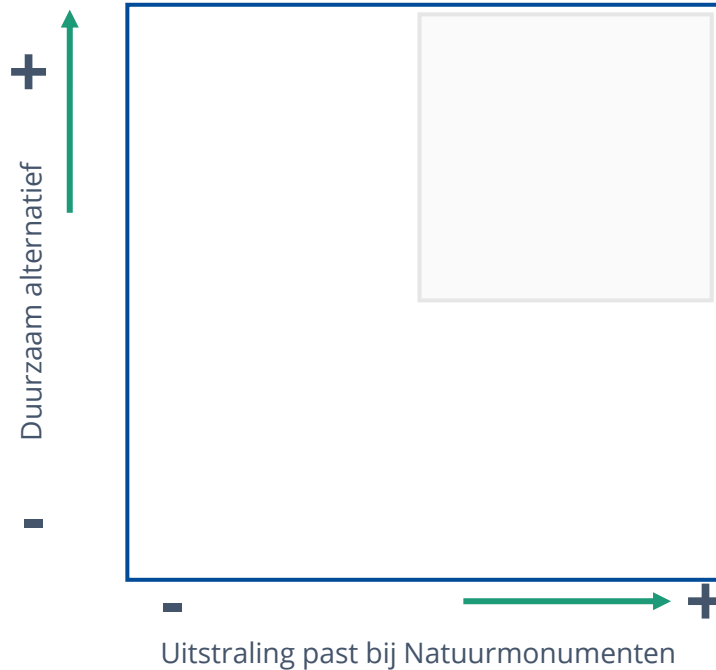
- Onderscheidend: niet eenvoudig elders te verkrijgen: ik wil het *nú* kopen



Natuurmonumenten



# Non Food: Duurzaam en past bij Natuurmonumenten



## Duurzaam alternatief

Producten onderscheiden zich in positieve zin in materiaalgebruik, herkomst, duurzaamheid, wijze van verpakken etc..

## Past bij Natuurmonumenten

De uitstraling van een product past bij Natuurmonumenten:

- Neutrale, kwalitatieve uitstraling (“mooi product”).
- Print, design, passend bij de natuur in brede zin.
- Onderscheidend, leuk, aansprekend.



Natuurmonumenten

# Food: Breed aansprekend en niet strijdig met Natuurmonumenten



## Duurzaam alternatief

Naast bekende mass market assortiment ook ruimte voor producten die zich onderscheiden in materiaalgebruik, herkomst, duurzaamheid, wijze van verpakken etc..

## Relevant voor de klant

Toegankelijke assortiment gericht op brede doelgroep.

\*) Food & Drinks



Natuurmonumenten

# De categorieën

- Een categorie is een voor de shopper logische en herkenbare groep van producten die in de winkel bij elkaar wordt gepresenteerd. De indeling van het assortiment in categorieën moet passen bij de winkelformule van Natuurmonumenten én bij de shopper.
- De belangrijkste pijlers voor de categorieën van de winkelformule van Natuurmonumenten zijn:
  1. Zelf zorgen dragen voor de natuur, de biodiversiteit en alles waar Natuurmonumenten voor staat: beschermen en versterken.
  2. Eropuit, zelf beleven, sporten en genieten: zelf de natuur in, alleen of met elkaar, op de fiets of joggen, maar ook andere activiteiten. Ervaren, ontdekken, genieten, ontspannen, verwonderen en alle manieren waarop jij als bezoeker al het moois van Natuurmonumenten kunt beleven, altijd met respect voor de natuur en andere bezoekers.
  3. Kinderen: een van de belangrijke doelgroepen krijgt een eigen categorie. Alle producten met kinderen als primaire doelgroep worden bij elkaar gepresenteerd. Herkenbaar, leuk om rond te kijken en iets te ontdekken.
- Alle overige categorieën zijn ingericht op herkenbare samenhang. Door de producten in deze samenstelling bij elkaar te presenteren wordt het aanbod herkenbaar en makkelijk en aantrekkelijk om rond te kijken en te kopen.



Natuurmonumenten

# De categorieën

## Tuin & Dier

Ons specialisme: De kern van het assortiment zijn de producten die echt helpen beschermen: vogel en insectenhuisjes en bloemenzaad. Aangevuld met alle producten voor tuin en dier.

Insectenhotels

vogelhuisjes

Dierenvoeding

Dierenhuizen

Zaden en mengsels

...

## Eropuit

De ervaringsdeskundige: assortiment dat het beleven van de natuur nog leuker, makkelijker, aangenamer maakt. Voor de kenner maar ook voor recreant. Altijd toegankelijk, laagdrempelig.

Wandelen

Fietsen

Kleding

Verzorging

Optiek

...

## Boeken

Onze passie komt tot uiting in een compact maar interessant, aansprekend, actueel en verrassend aanbod van boeken. De slimste selectie natuurgidsen aangevuld met actueel aanbod rond natuur en ecologie.

Fauna

Flora

Cultuur en  
Historie

Bescherming

Fotografie

Stationary

Kids

...

## Kids

Kids krijgen speciale aandacht. De natuur in, ontdekken, beleven, buitenspelen staan centraal. Aangevuld met pluche en speelgoed in brede zin. Boeken gericht op kinderen vormen een onderdeel van de categorie

Educatie, ontdekken  
en beleven

Speelgoed buiten

Speelgoed binnen

Pluche

## Lidmaatschap

Alle diensten van Natuurmonumenten incl lidmaatschappen. Het zichtbaar maken van het aanbod van lidmaatschappen en daarnaast voor activiteiten en vergunningen vraagt ruimte en aandacht.

Lidmaatschap

Activiteiten

Vergunningen

Kadokaarten



Natuurmonumenten

# De categorieën

## Eten en drinken

Eten en drinken voor onderweg, on-the-go. Voorverpakte producten voor een brede doelgroep. Lekker als je gaat wandelen of als je van een wandeling terugkomt. Gericht op volwassenen en op kinderen.

Drinken to go

Drinken

Zoetwaren

Ijs

...

## Lokaal

Producten uit de directe omgeving van de winkel of winkels van Natuurmonumenten, met de focus op voeding. Bijv. honing of jam. Als souvenir of cadeau. Producten moeten een verhaal hebben.

Tuin en dier

Boeken

Kids

Eten en drinken

...

## Souvenirs

Kleine, laaggeprijsde artikelen met het logo van Natuurmonumenten, deels gebaseerd op de prachtige foto-database... Leuke aansprekende artikelen die snel worden kocht als extraatje.

Wenskaarten

Overig

## Wonen

De categorie wonen biedt additionele verkoop kansen. Een breed en ondiep assortiment aansprekende producten voor en om het huis of voor onderweg. Voor jezelf om als cadeau te geven.

Woontextiel

Woon-accessoires

Keuken

Badkamer en verzorging

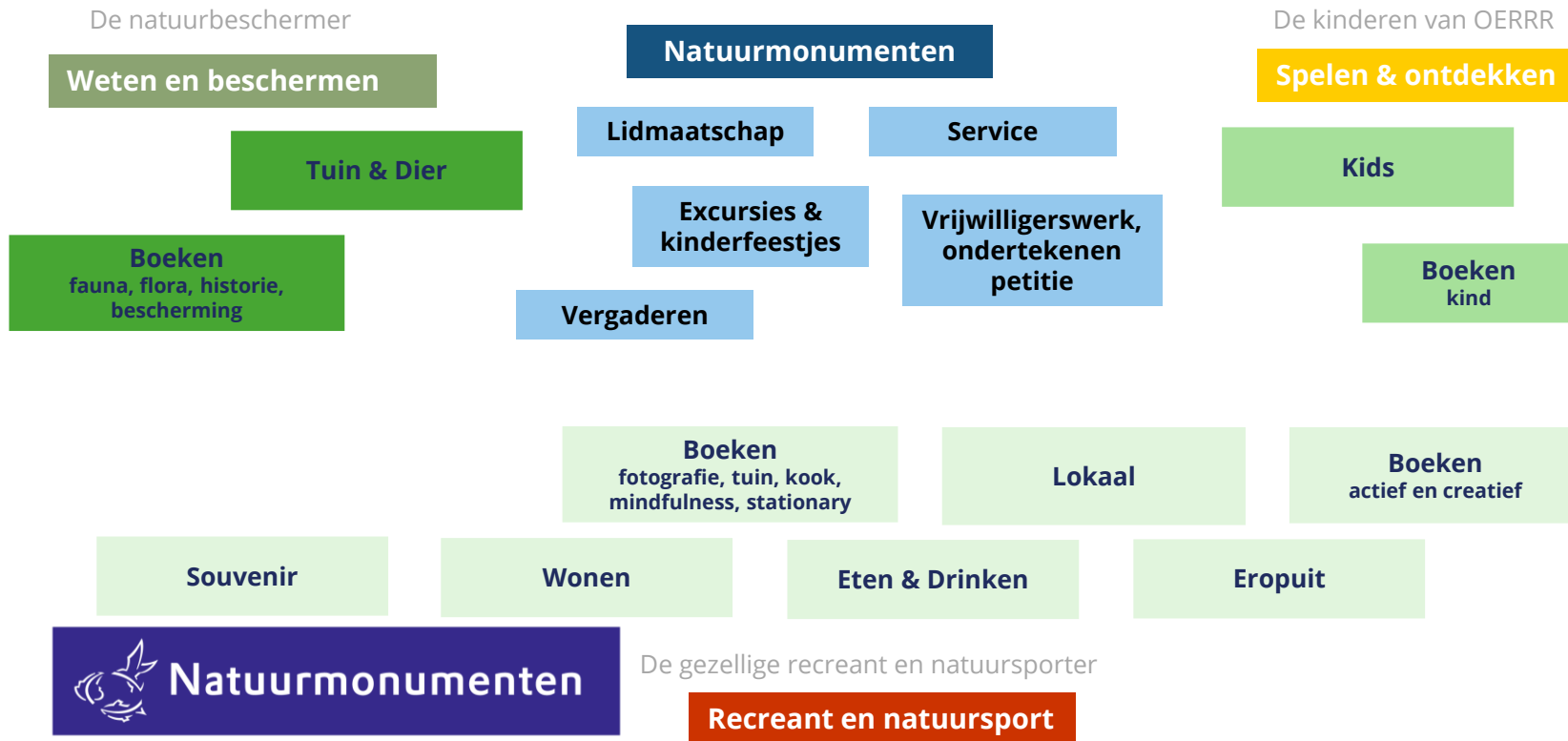
Lifestyle

...



Natuurmonumenten

# Combinatie van de 4 werelden met categorieën



# Overzicht categorierollen en belangrijkste keuzes

	Assortiment	Presentatie	Prijs	Promotie	Personeel
Dit zijn wij	Hier staat Natuurmonumenten voor. Producten dragen bij aan Biodiversiteit, bescherming en beleving van de Nederlandse natuur. Hoge kwaliteit, ruime keuze, optie voor Eigen Merk.	Prominent in de winkel, op de beste zichtlocatie. Voorraad altijd beschikbaar, Presentaties kunnen afwijken van de overige groepen.	NM biedt fair pricing. Conform pricing beleid, goede marges, marktconform bij bekende producten.	NM laat producten terugkomen binnen het vastgestelde promotiebeleid.	Prioriteit in deskundigheid. Training/begeleiding beschikbaar.
Goede keuze	Assortiment wat past bij Natuurmonumenten en wat de bezoeker verwacht terug te vinden. Kwaliteit en uitstraling kennen geen concessies.	Goede locatie in de winkel, overzichtelijk en ruim gepresenteerd. Beschikbaarheid is goed.	Idem.	Idem.	Deskundig op onderscheidende segment binnen categorie.
Wat handig	Assortiment wat relevant is voor de bezoeker. Producten schaden niet het merk Natuurmonumenten. Verpakking en uitstraling zoveel als mogelijk in lijn met visie NM.	Door de hele winkel heen, zoveel mogelijk in logische combinaties. Impulsgericht.	Idem.	Idem.	Algemene kennis van product.



# Categorieën, rollen, prioriteiten en werelden

Categorie	Cat	Sub-categorie	Categorierol	Prio	Wereld
Tuin en Dier	10	Insectenhuizen	Dit zijn wij	1	Weten en beschermen
Tuin en Dier	15	Vogelhuizen	Dit zijn wij	1	Weten en beschermen
Tuin en Dier	50	Dierenhuizen	Dit zijn wij	1	Weten en beschermen
Tuin en Dier	110	Vogelvoeding	Goede keuze	2	Weten en beschermen
Tuin en Dier	112	Vogel accessoires	Dit zijn wij	2	Weten en beschermen
Tuin en Dier	115	Dierenvoeding	Goede keuze	2	Weten en beschermen
Tuin en Dier	120	Zaden en mengsels	Dit zijn wij	1	Weten en beschermen
Tuin en Dier	123	Planten en bloemen	Dit zijn wij	2	Weten en beschermen
Tuin en Dier	127	Bloembollen	Dit zijn wij	2	Weten en beschermen
Tuin en Dier	130	Tuingereedschap	Wat handig	3	Weten en beschermen
Tuin en Dier	135	Tuindecoratie	Wat handig	3	Weten en beschermen
Eropuit	200	Wandelen	Dit zijn wij	1	Recreant en natuursport
Eropuit	210	Fietsen	Dit zijn wij	1	Recreant en natuursport
Eropuit	220	Kledingaccessoires	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Eropuit	230	Tassen	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Eropuit	240	Verzorging preventie	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Eropuit	250	Optiek	Dit zijn wij	2	Recreant en natuursport
Eropuit	255	Routekaarten	Dit zijn wij	1	Recreant en natuursport
Eropuit	260	Picknick en waterflessen	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Eropuit	265	Outdoor/ Multitools	Dit zijn wij	2	Recreant en natuursport
Eropuit	290	Eropuit overig	Wat handig	4	Recreant en natuursport
Boeken	300	Fauna	Dit zijn wij	1	Weten en beschermen
Boeken	310	Flora	Dit zijn wij	1	Weten en beschermen
Boeken	nieuw	Cultuur en historie	Dit zijn wij	1	Weten en beschermen
Boeken	nieuw	Actief en creatief	Dit zijn wij	1	Recreant en natuursport
Boeken	nieuw	Natuurbescherming	Dit zijn wij	1	Weten en beschermen
Boeken	315	Fotografie	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Boeken	325	Kind	Goede keuze	1	Spelen en ontdekken
Boeken	330	Tuinboeken	Dit zijn wij	2	Recreant en natuursport
Boeken	nieuw	Kookboek	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Boeken	nieuw	Mindfulness	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Boeken	335	Stationary	Wat handig	2	Recreant en natuursport
Boeken	340	Kalenders en agenda's	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Boeken	390	Boeken overig	Wat handig	4	Recreant en natuursport

Categorie	Cat	Sub-categorie	Categorierol	Prio	Wereld
Kids	400	Educatie, ontdekken en beleven	Goede keuze	1	Spelen en ontdekken
Kids	410	Speelgoed buiten	Wat handig	3	Spelen en ontdekken
Kids	415	Speelgoed binnen	Wat handig	3	Spelen en ontdekken
Kids	430	Pluche	Wat handig	2	Spelen en ontdekken
Kids	490	Kids overig	Wat handig	4	Spelen en ontdekken
Wonen	500	Woontextiel	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Wonen	510	Woon-accessoires	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Wonen	520	Kleinmeubelen	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Wonen	530	Kaars en Kandelaar	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Wonen	540	Badkamer en verzorging	Wat handig	2	Recreant en natuursport
Wonen	550	Keuken	Wat handig	2	Recreant en natuursport
Wonen	590	Wonen overig	Wat handig	4	Recreant en natuursport
Wonen	nieuw	Lifestyle	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Eten en drinken	600	Drinken to go	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Eten en drinken	610	Drinken	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Eten en drinken	620	Zoetwaren	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Eten en drinken	nieuw	Ijs	Wat handig	3	Recreant en natuursport
Eten en drinken	690	Eten overig	Wat handig	4	Recreant en natuursport
Lokaal	700	Lokaal tuin en dier	Dit zijn wij	3	Recreant en natuursport
Lokaal	705	Lokaal boeken	Dit zijn wij	3	Recreant en natuursport
Lokaal	710	Lokaal kids	Wat handig	4	Recreant en natuursport
Lokaal	720	Lokaal wonen	Wat handig	4	Recreant en natuursport
Lokaal	730	Lokaal eten en drinken	Goede keuze	4	Recreant en natuursport
Lokaal	nieuw	Lokaal souvenirs	Goede keuze	4	Recreant en natuursport
Lokaal	nieuw	Lokaal levensmiddelen	Wat handig	4	Recreant en natuursport
Souvenirs	810	Wenskaarten	Goede keuze	2	Recreant en natuursport
Souvenirs	820	Souvenirs Overig	Goede keuze	2	Recreant en natuursport
Lidmaatschap	900	Lidmaatschap	Dit zijn wij	1	Weten en beschermen
Lidmaatschap	910	Activiteiten	Dit zijn wij	1	Weten en beschermen
Lidmaatschap	920	Vergunningen	Dit zijn wij	1	Weten en beschermen

Prio 1: vanaf kleinste winkel, beste items

Prio 2: Hardlopers en NM items

Prio 3: Verbreding en verdieping assortiment

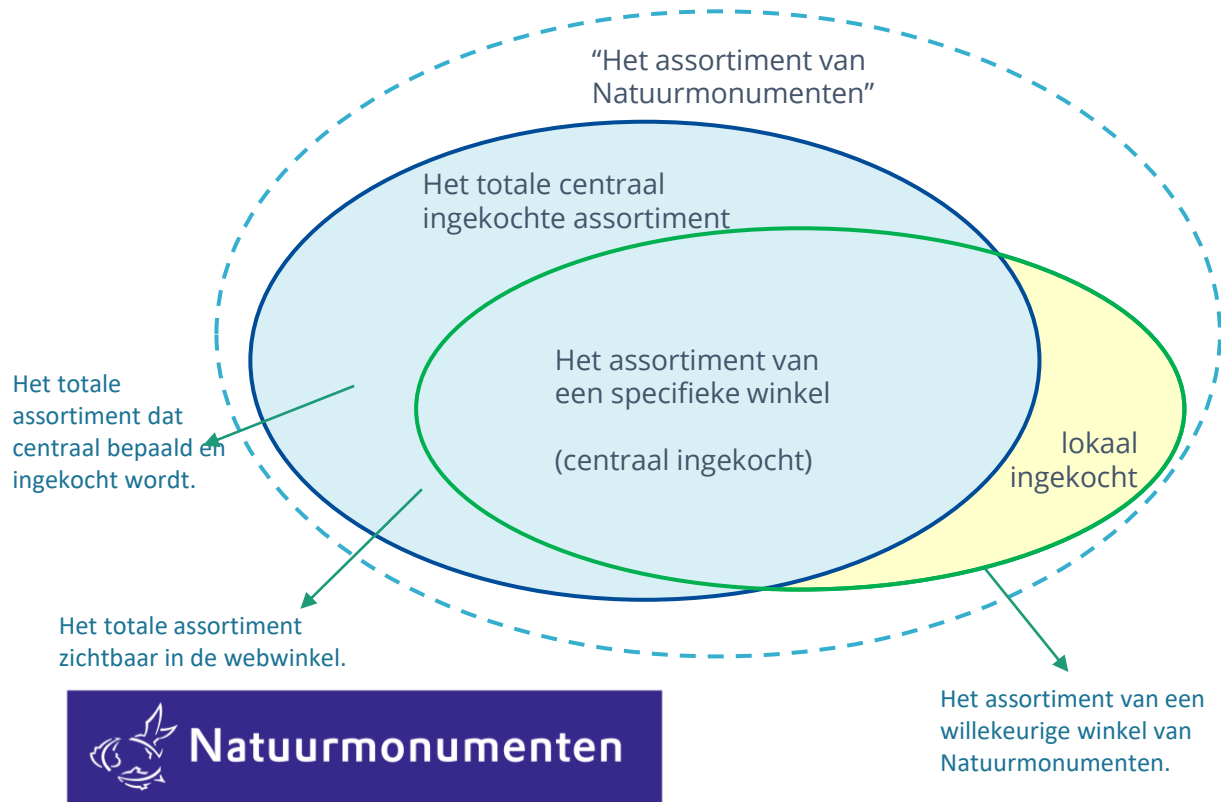
Prio 4: Lokale aanvulling



Natuurmonumenten



# Lokaal assortiment vs lokale inkoop



## Centraal assortiment

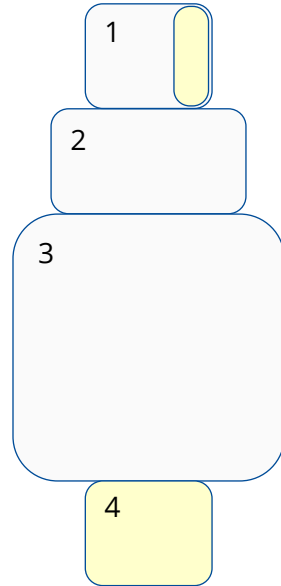
NM Winkels voeren allereerst het assortiment dat centraal door Natuurmonumenten is vastgesteld en ingekocht. Per categorie/segment wordt bepaald welk deel van het assortiment lokaal kan worden ingekocht.

## Lokaal assortiment

Het assortiment dat lokaal wordt ingekocht is altijd aanvullend op het centraal ingekochte assortiment. Voor die groepen waarvoor lokaal assortiment is toegestaan, wordt altijd eerst het centrale assortiment gevoerd. (Lokaal is nooit vervanging van centraal). Het lokaal ingekochte assortiment voldoet volledig aan de assortimentsstrategie van Natuurmonumenten.

Richtlijn 80% vs 20% obv SKU's.

# Opbouw assortiment per locatie – van klein naar groot

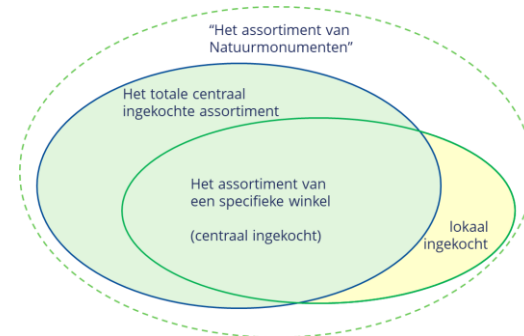


Grote van segment is relatieve omvang van assortiment per categorie.

## Opbouw assortiment per locatie

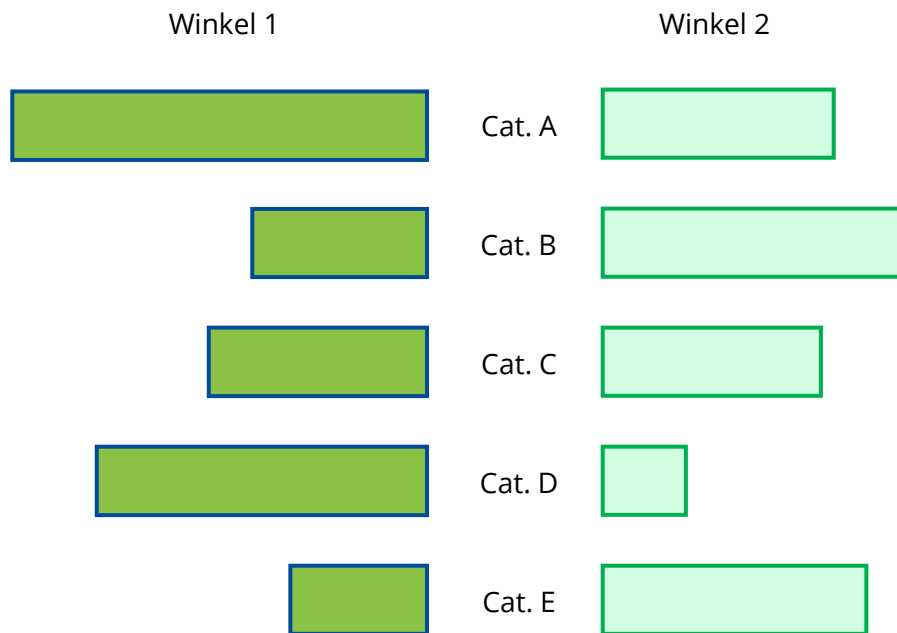
Van kleine naar grote locaties/ presentatie-ruimte

1. Lokale relevantie: relevantie voor lokale klant - evt. aangevuld met beperkte selectie van lokaal assortiment.
2. Hardlopers/ top items Natuurmonumenten
3. Breedte en diepte o.b.v. assortiment Natuurmonumenten
4. Aangevuld met overige lokaal aanvullend assortiment.



Natuurmonumenten

# Lokale keuzes: verhouding tussen categorieën kan verschillen

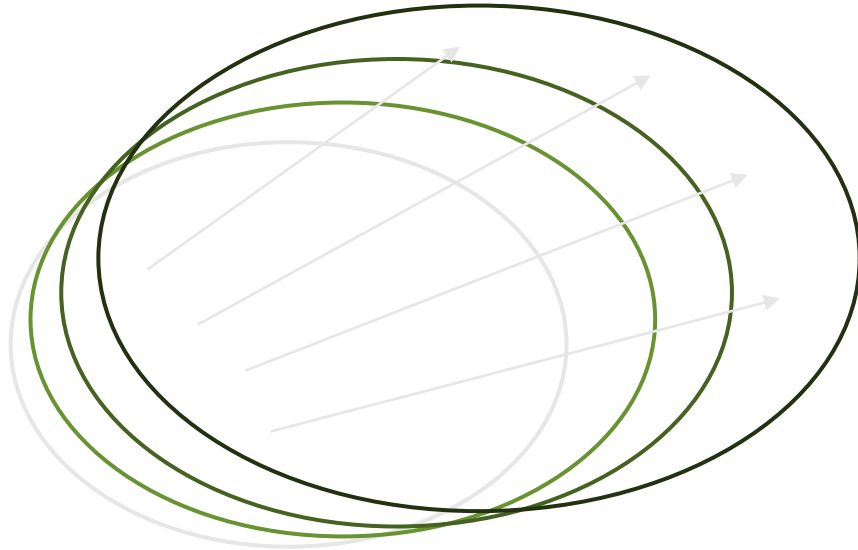


## Lokale invulling van de winkel (verdeling ruimte)

Per locatie wordt op basis van de ruimte in de winkel en de specifieke groep shoppers die de locatie bezoekt, een keuze gemaakt in de ruimte voor en de omvang van het assortiment van een bepaalde categorie. De verdeling van categorieën per locatie wordt centraal, in overleg met de locatie gemaakt.



# De assortiment strategie is van toepassing op alle verkooppunten én het assortiment ontwikkelt zich in de tijd



## Jaarlijkse updates voor alle verkooppunten

Veranderingen in de markt, bij de shopper, (markt)trends, en ontwikkelingen in het beleid van Natuurmonumenten kunnen aanleiding zijn om het assortiment stap voor stap te ontwikkelen en te veranderen.

Ontwikkeling in de samenstelling van het assortiment wordt ook ingegeven door analyse en assortimentsreviews en bijvoorbeeld feedback van klanten zowel in de winkel als de webwinkel.

Verkooppunten zijn

- Winkels in de BC's
- Winkel Amersfoort
- Webwinkel
- Andere NM locaties
- Niet NM locaties



Natuurmonumenten

## 2. Prijsbeleid



Natuurmonumenten

# Prijs regels

Keep it  
Simple

- Centraal ingekocht = centraal bepaalde prijs = in elke winkel én webwinkel gelijk.
- Natuurmonumenten hanteert fair pricing
  - Niet bijzonder duur of te duur en niet goedkoop in verhouding tot andere aanbieders
  - De normale prijs wordt afgestemd op Consumenten advies prijs en indien nodig marktprijs. Voorkomen dat het artikel uit de markt wordt geprijsd: niet te goedkoop: dan laat je marge liggen, niet te duur, dan beledig je de shopper.
  - Prijs van bekendere producten/ items: meer in lijn met markt = marktconform
  - Prijs uniek/ onderscheidend assortiment: binnen bandbreedte o.b.v. prijsreferenten.
  - Line-pricing, producten in dezelfde lijn worden gelijk geprijsd (binnen een acceptabele band breedte)
- Marge
  - Non Food: streven 50% marge
  - Food: marge mag lager dan 50%
- Ledenprijs geeft 10% korting (met uitzondering van Boeken)
- Commerciële vaste prijzen volgens overzicht volgende pagina



Natuurmonumenten

# Prijkaartje en ledenkorting



Ledenkorting hoort bij een vereniging. Sympathiek naar de leden en kan een zetje geven om toch maar te kopen.

Zorg dat prijs na korting ook een makkelijk te lezen, herkenbare prijs is.

**De normale prijs is de Consumenten advies prijs of de marktprijs als deze hoger of lager is.**

Categorie boeken zijn hiervan uitgezonderd i.v.m. de vaste boekenprijs

## 10% als vast percentage

- Trigger om lid te worden
- Leden krijgen echt een voordeel
- Duidelijk percentage
- Eenvoudig te communiceren
- Van/voor prijzen minder commercieel



Natuurmonumenten

# Prijzenoverzicht

Zie Excel file prijs document

Prijzen overzicht			
Niet-leden	Korting	Leden	Absolute korting
€ 0,09	10%	€ 0,08	€ 0,01
€ 0,19	10%	€ 0,17	€ 0,02
€ 0,29	10%	€ 0,26	€ 0,03
€ 0,39	10%	€ 0,35	€ 0,04
€ 0,49	10%	€ 0,44	€ 0,05
€ 0,59	10%	€ 0,53	€ 0,06
€ 0,69	10%	€ 0,62	€ 0,07
€ 0,79	10%	€ 0,71	€ 0,08
€ 0,89	10%	€ 0,80	€ 0,09
€ 0,99	10%	€ 0,89	€ 0,10
€ 1,29	10%	€ 1,16	€ 0,13
€ 1,49	10%	€ 1,34	€ 0,15
€ 1,79	10%	€ 1,61	€ 0,18
€ 1,99	10%	€ 1,79	€ 0,20
€ 2,29	10%	€ 2,06	€ 0,23
€ 2,49	10%	€ 2,24	€ 0,25
€ 2,79	10%	€ 2,51	€ 0,28
€ 2,99	10%	€ 2,69	€ 0,30
€ 3,29	10%	€ 2,96	€ 0,33
€ 3,49	10%	€ 3,14	€ 0,35
€ 3,79	10%	€ 3,41	€ 0,38
€ 3,99	10%	€ 3,59	€ 0,40
€ 4,29	10%	€ 3,86	€ 0,43
€ 4,49	10%	€ 4,04	€ 0,45
€ 4,79	10%	€ 4,31	€ 0,48
€ 4,99	10%	€ 4,49	€ 0,50
€ 5,29	10%	€ 4,76	€ 0,53
€ 5,49	10%	€ 4,94	€ 0,55
€ 5,79	10%	€ 5,21	€ 0,58
€ 5,99	10%	€ 5,39	€ 0,60
€ 6,29	10%	€ 5,66	€ 0,63
€ 6,49	10%	€ 5,84	€ 0,65
€ 6,79	10%	€ 6,11	€ 0,68
€ 6,99	10%	€ 6,29	€ 0,70
€ 7,29	10%	€ 6,56	€ 0,73
€ 7,49	10%	€ 6,74	€ 0,75
€ 7,79	10%	€ 7,01	€ 0,78
€ 7,99	10%	€ 7,19	€ 0,80
€ 8,29	10%	€ 7,46	€ 0,83
€ 8,49	10%	€ 7,64	€ 0,85
€ 8,79	10%	€ 7,91	€ 0,88
€ 8,99	10%	€ 8,09	€ 0,90
€ 9,29	10%	€ 8,36	€ 0,93
€ 9,49	10%	€ 8,54	€ 0,95
€ 9,79	10%	€ 8,81	€ 0,98
€ 9,99	10%	€ 8,99	€ 1,00

Prijzen overzicht			
Niet-leden	Korting	Leden	Absolute korting
€ 10,49	10%	€ 9,44	€ 1,05
€ 10,99	10%	€ 9,89	€ 1,10
€ 11,49	10%	€ 10,34	€ 1,15
€ 11,99	10%	€ 10,79	€ 1,20
€ 12,49	10%	€ 11,24	€ 1,25
€ 12,99	10%	€ 11,69	€ 1,30
€ 13,49	10%	€ 12,14	€ 1,35
€ 13,99	10%	€ 12,59	€ 1,40
€ 14,49	10%	€ 13,04	€ 1,45
€ 14,99	10%	€ 13,49	€ 1,50
€ 15,49	10%	€ 13,94	€ 1,55
€ 15,99	10%	€ 14,39	€ 1,60
€ 16,49	10%	€ 14,84	€ 1,65
€ 16,99	10%	€ 15,29	€ 1,70
€ 17,49	10%	€ 15,74	€ 1,75
€ 17,99	10%	€ 16,19	€ 1,80
€ 18,49	10%	€ 16,64	€ 1,85
€ 18,99	10%	€ 17,09	€ 1,90
€ 19,49	10%	€ 17,54	€ 1,95
€ 19,99	10%	€ 17,99	€ 2,00
€ 20,99	10%	€ 18,89	€ 2,10
€ 21,99	10%	€ 19,79	€ 2,20
€ 22,99	10%	€ 20,69	€ 2,30
€ 23,99	10%	€ 21,59	€ 2,40
€ 24,99	10%	€ 22,49	€ 2,50
€ 25,99	10%	€ 23,39	€ 2,60
€ 26,99	10%	€ 24,29	€ 2,70
€ 27,99	10%	€ 25,19	€ 2,80
€ 28,99	10%	€ 26,09	€ 2,90
€ 29,99	10%	€ 26,99	€ 3,00
€ 30,99	10%	€ 27,89	€ 3,10
€ 31,99	10%	€ 28,79	€ 3,20
€ 32,99	10%	€ 29,69	€ 3,30
€ 33,99	10%	€ 30,59	€ 3,40
€ 34,99	10%	€ 31,49	€ 3,50
€ 35,99	10%	€ 32,39	€ 3,60
€ 36,99	10%	€ 33,29	€ 3,70
€ 37,99	10%	€ 34,19	€ 3,80
€ 38,99	10%	€ 35,09	€ 3,90
€ 39,99	10%	€ 35,99	€ 4,00

Prijzen overzicht			
Niet-leden	Korting	Leden	Absolute korting
€ 90,99	10%	€ 81,89	€ 9,10
€ 91,99	10%	€ 82,79	€ 9,20
€ 92,99	10%	€ 83,69	€ 9,30
€ 93,99	10%	€ 84,59	€ 9,40
€ 94,99	10%	€ 85,49	€ 9,50
€ 95,99	10%	€ 86,39	€ 9,60
€ 96,99	10%	€ 87,29	€ 9,70
€ 97,99	10%	€ 88,19	€ 9,80
€ 98,99	10%	€ 89,09	€ 9,90
€ 99,99	10%	€ 89,99	€ 10,00
€ 104,00	10%	€ 93,60	€ 10,40
€ 109,00	10%	€ 98,10	€ 10,90
€ 114,00	10%	€ 102,60	€ 11,40
€ 119,00	10%	€ 107,10	€ 11,90
€ 124,00	10%	€ 111,60	€ 12,40
€ 129,00	10%	€ 116,10	€ 12,90
€ 134,00	10%	€ 120,60	€ 13,40
€ 139,00	10%	€ 125,10	€ 13,90
€ 144,00	10%	€ 129,60	€ 14,40
€ 149,00	10%	€ 134,10	€ 14,90
€ 154,00	10%	€ 138,60	€ 15,40
€ 159,00	10%	€ 143,10	€ 15,90
€ 164,00	10%	€ 147,60	€ 16,40
€ 169,00	10%	€ 152,10	€ 16,90
€ 174,00	10%	€ 156,60	€ 17,40
€ 179,00	10%	€ 161,10	€ 17,90
€ 184,00	10%	€ 165,60	€ 18,40
€ 189,00	10%	€ 170,10	€ 18,90
€ 194,00	10%	€ 174,60	€ 19,40
€ 199,00	10%	€ 179,10	€ 19,90
€ 204,00	10%	€ 183,60	€ 20,40
€ 209,00	10%	€ 188,10	€ 20,90
€ 214,00	10%	€ 192,60	€ 21,40
€ 219,00	10%	€ 197,10	€ 21,90
€ 224,00	10%	€ 201,60	€ 22,40
€ 229,00	10%	€ 206,10	€ 22,90
€ 234,00	10%	€ 210,60	€ 23,40
€ 239,00	10%	€ 215,10	€ 23,90
€ 244,00	10%	€ 219,60	€ 24,40
€ 249,00	10%	€ 224,10	€ 24,90
€ 254,00	10%	€ 228,60	€ 25,40
€ 259,00	10%	€ 233,10	€ 25,90



Natuurmonumenten



# Prijsopbouw

## Uitgangspunten

- Afhankelijk van grote categorie is een opbouw in prijspunten aanwezig
- In de prijsopbouw wordt uitgegaan van een basic product naar een premium product, waarbij extra USPs zich uiten in de prijs
- Bijvoorbeeld voor vogelhuisjes is er een roodborstkastje van €15, van € 25 en van € 40

Categorien en prijsbrackets						Prijs min						Prijs max
Categorie	Cat	Sub-categorie	Categorierol	Prio	Wereld	€1 tot €5	€5 tot €10	€10 tot €20	€20 tot €30	€30 tot €50	> €50	
Tuin en Dier	10	Insectenhuisen	Dit zijn wij	1	Weten en beschermen		x	xx	xx	x	x	
Tuin en Dier	15	Vogelhuisen	Dit zijn wij	1	Weten en beschermen		x	xx	xx	x	x	
Tuin en Dier	50	Dierenhuisen	Dit zijn wij	1	Weten en beschermen			xx	xx	x	x	
Tuin en Dier	110	Vogelvoeding	Goede keuze	2	Weten en beschermen	x	xx	x	x			
Tuin en Dier	112	Vogel accessoires	Dit zijn wij	2	Weten en beschermen	x	x	xx	x			
Tuin en Dier	115	Dierenvoeding	Goede keuze	2	Weten en beschermen	x	xx	x				
Tuin en Dier	120	Zaden en mengsels	Dit zijn wij	1	Weten en beschermen	x	x	x				
Tuin en Dier	123	Planten en bloemen	Dit zijn wij	2	Weten en beschermen			x	x	x		
Tuin en Dier	127	Bloembollen	Dit zijn wij	2	Weten en beschermen	x	xx	x				
Tuin en Dier	130	Tuingereedschap	Wat handig	3	Weten en beschermen	x	x					
Tuin en Dier	135	Tuindecoratie	Wat handig	3	Weten en beschermen		x	xx	x			

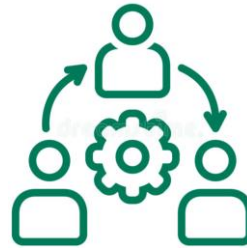


Natuurmonumenten

# Prijzen, wie, wat en wanneer

CJ volgt prijsadvies van NM op, waarbij op basis van een factor de marge zijn vastgesteld

Winkels volgen assortiment en adviesprijzen vanuit centrale systeem



- Prijzen worden in centraal systeem vastgelegd
- Categorie manager monitort prijzen bij NM en in de markt.
- Maandelijks kunnen adviesverkoopprijzen aangepast worden, door bijv. gewijzigde marktprijzen of inkooprijzen



Natuurmonumenten

# Promotie/ uitverkoop - Promo mag!

## Doe het goed en met mate

### Uitgangspunten

- In een impuls-gedreven winkel, waar de klant allerlei queues krijgt, verleid wordt om iets te kopen, speelt prijs een belangrijke rol
- Een kleine korting kan net het zetje geven
- Onderscheid tussen leden / niet-leden

### Type promoties

- Assortiment in het actualiteit/seizoen: max promokorting 10% extra (alleen leden):
  - Nu tijd om nestkastjes op te hangen
  - Nu tijd om bloemen te zaaien
- Assortiment opruiming obv in-out lijst van 25% tot 50% (iedereen)
  - einde seizoen
  - verkoop restanten



Natuurmonumenten

# 3. Duurzaamheidsbeleid



Natuurmonumenten

# Duurzaamheidsrichtlijnen

## Doelstelling:

Natuurmonumenten is in 2040 CO2 neutraal. Daarbij wordt rekening gehouden met milieuaspecten en sociale aspecten.

## Product richtlijnen om dit te behalen\*

1. Lokaal geproduceerd, dichtbij → liever Europa dan China; liever Nederland dan Spanje
2. Natuurlijke materialen → liever geen plastic
3. Lange levensduur / herbruikbaar → kwalitatief goed, voorbeeld paraplu of verrekijker
4. Goede sociale omstandigheden → geen kinderhandjes, social return,
5. Keurmerk → FSC voor hout, GOTS voor textiel, Fairtrade, Biologisch - SKAL
6. Verminderende uitstoot van broeikasgassen → is het inbeeld, is er compensatie voor uitstoot

## Er worden geen concessies gedaan aan de richtlijnen, tenzij het product:

- bijdraagt aan duurzaamheid, bijv. de Dopper ten opzichte van plastic waterflesjes
- bijdraagt aan uitdragen van Natuurmonumenten doelstelling
- meewerken aan innovatieve oplossingen, waardoor dingen sneller duurzaam zijn

\*De richtlijnen zullen jaarlijks worden aangevuld/herijkt aan de (opschuivende) norm van NM en de ontwikkelingen hierop



Natuurmonumenten

# Aanvullende ecologische richtlijnen zaden bollen en planten

## Richtlijnen zaden

- Alleen inheemse planten → soorten die van oorsprong in Nederland voorkomen; geen uitgestorven of ernstig bedreigde soorten.
- Vermelding herkomst → Streven naar zaden van autochtoon genetisch materiaal, dus zaden opgekweekt uit planten van Nederlandse populaties. Kweker vermeldt altijd herkomst materiaal;
- Alleen uitzaaien in bebouwde omgeving → tuinen, bermen en braakliggende terreinen binnen de bebouwde kom. Dit vermelden op verpakking en webshop;
- Biologisch keurmerk → Teelt zaden zonder chemische bestrijdingsmiddelen, streven naar keurmerk biologische teelt.

## Richtlijnen groentes & fruit

- Biologisch keurmerk → Teelt zaden zonder chemische bestrijdingsmiddelen, alleen biologische teelt.

## Richtlijnen bloembollen

- Nederlandse planten → Voorkeur voor bollen van in Nederland voorkomende (stinsen-)planten;
- Alleen bollen planten in eigen tuin → Dit vermelden op verpakking en webshop;
- Biologisch keurmerk → Kweken bollen zonder chemische bestrijdingsmiddelen, streven naar keurmerk biologische kweek.

## Richtlijnen vaste planten

- Vermelding herkomst → Voorkeur voor inheemse planten, streven naar autochtoon genetisch materiaal. Niet inheemse planten alleen indien die nuttig zijn voor in Nederland voorkomende insecten;
- Vermelding herkomst → Alleen inheemse struiken, streven naar autochtoon genetisch materiaal;
- Biologisch keurmerk → Kweken planten en struiken zonder chemische bestrijdingsmiddelen, streven naar keurmerk biologische kweek.
- Alleen aanplanten in tuin → Dit vermelden op verpakking en webshop.



Natuurmonumenten

# Aanvullende ecologische richtlijnen zaden bollen en planten

## Tot slot

- Strikte controle leveranciers;
- Daar waar in de richtlijnen een streven zijn, wordt de leverancier geachte jaarlijks aan te tonen welke stappen de leveranciers op dit punt maken.
- Alternatieve keurmerken zijn wellicht Milieukeur/PlanetProof of MPS Natural Protected.
- Bij zaadmengsels is het wenselijk bij de soortsamenstelling rekening te houden met bodemtype, vochtigheid en ecologisch verantwoorde combinaties van soorten. Graag voorstellen voorleggen ter advisering.
- De soorten die FLORON als inheems beschouwd staan in de volgende lijst:  
<http://www.floron.nl/Portals/1/Downloads/FLORON%20Rode%20Lijst%20Vaantplanten%202012.xlsx>



# 4. Presentatierichtlijnen



Natuurmonumenten



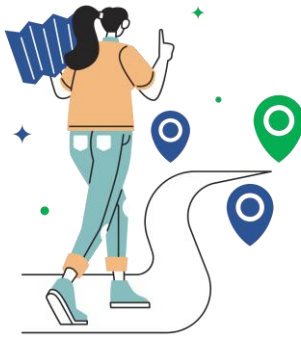
# Wat is het doel?

- Het assortiment in de winkels van Natuurmonumenten altijd op een voor de shopper **aantrekkelijke** en **aansprekende** wijze wordt gepresenteerd door concrete richtlijnen en regels aan te bieden
- De manier van presentatie **sluit aan bij het assortimentsbeleid** en het **bredere beleid** van Natuurmonumenten
- De benadering van presenteren is **uniform over de winkels heen**, los van de toegepaste presentatiematerialen en meubels
- De presentatie draagt bij aan **omzetgroei**



Natuurmonumenten

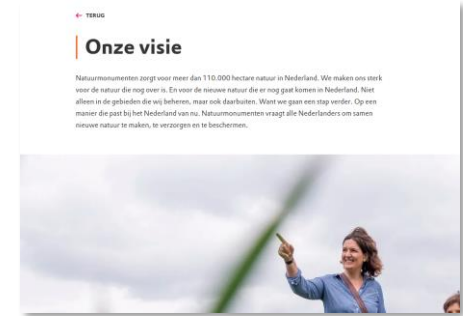
# Wat willen we bereiken voor de shopper



- De klant weet intuïtief waar de winkel over gaat
- Iedere categorie-presentatie is een overzichtelijk en logisch geheel



- wekt een wauw-effect op
- wekt hebberigheid op: impuls!

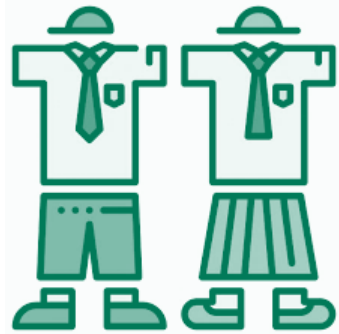


- Het verhaal van Natuurmonumenten komt ook tot uiting
- Bijdrage van kennis over de Nederlandse natuur en monumenten



Natuurmonumenten

# Wat willen we bereiken voor de medewerker



- **Eenduidige benadering**, consistente benadering over de tijd heen
- Door logische opbouw van presentatie **hulpvragen voor zijn** van klanten
- **Voorkomen van individuele overtuiging**, dat leidt tot steeds weer aanpassen van presentaties



- Niet iedere keer opnieuw wiel uit vinden
- **Ervaring opdoen en inzichten ontwikkelen** m.b.t. de presentatie van het assortiment



Natuurmonumenten

# Richtlijnen presentatie in schappen en midshop van vaste assortimenten



## Logisch voor de consument

- Categorieën worden per categorie gepresenteerd en niet verdeeld over de winkel of ondergebracht bij andere categorieën
- Opgebouwd in logische segmenten en sub-segmenten, de beslisboom



## Overzichtelijk

- Rust en ordening, spiegelen assortiment
- Vanuit 1 richting – de looprichting – opgebouwd
- Opbouw in prijs van links naar rechts
- Opbouw in grootte van links naar rechts
- Hardlopers, meest toegankelijke assortiment op ooghoogte. Vb Nestkasten voor uilen hoger in prijs en hoger gepresenteerd.



## Verteld een verhaal

- Ruimte voor communicatie in het schap



Natuurmonumenten

# Beslisboom

Voor shoptegemak gebruik de beslisboom van de bezoeker

## Definitie

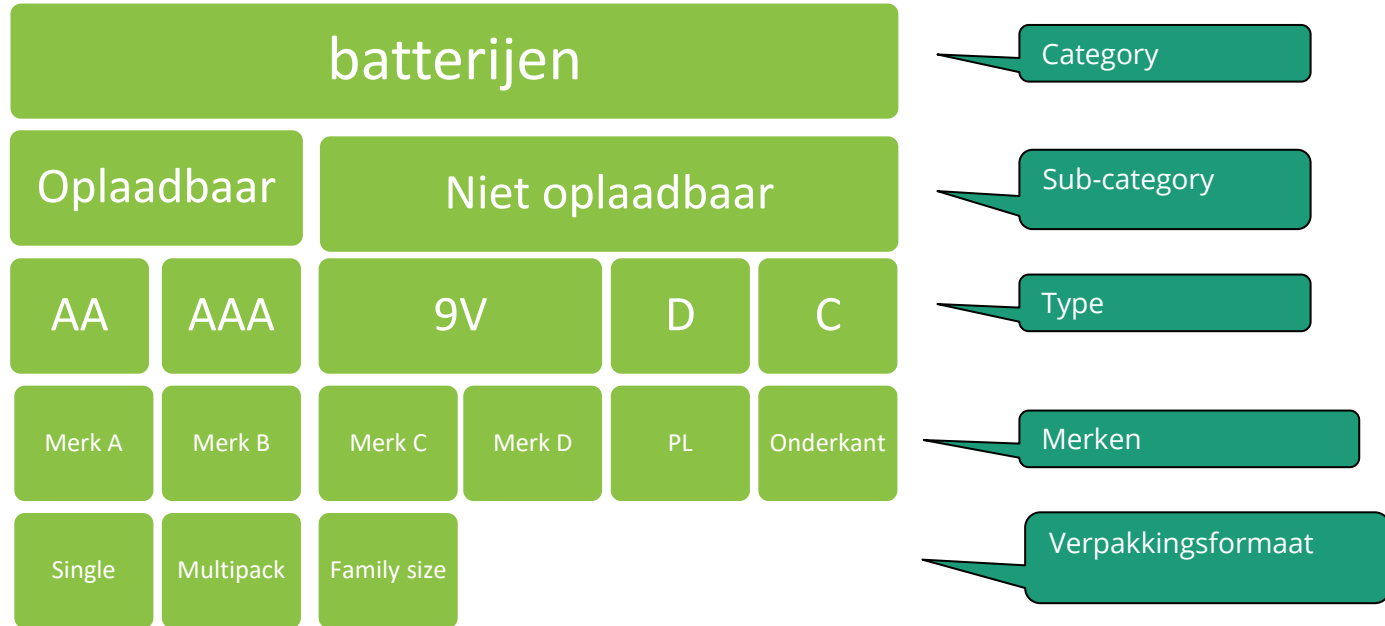
De hiërarchie die aangeeft waar shoppers op letten bij het kopen van een product in een categorie.

- De CDT is de opbouw van het selectie proces van de shopper.
  - In een selectie/ filter proces gaat de-selecteren altijd voor selecteren (wat hoef ik in ieder geval niet?)
- De CDT is het fundament voor assortimentsopbouw
  - Voor alle relevante behoeften is er een aanbod, wat minder wordt naar mate het belang in de keuze overwegingen lager wordt.



Natuurmonumenten

# Beslisboom - voorbeeld batterijen



# Voorbeeld schap vaste assortimenten

- Geordend
- Duidelijke segmenten
- Hele planken per segment



Natuurmonumenten

# Richtlijnen Presentatie van thema blokken en etalage



## Thema

- Met het landelijke thema, of keuze voor artikelen passend bij het seizoen
- Met een communicatie-uiting dat weer geeft waar het landelijke thema over gaat



## Overzichtelijk

- Vanuit een (loop)richting opgebouwd
- Met ruimte tussen de artikelen (luchtig presenteren) zodat klanten snel kunnen zien waar het om gaat
- Als 2nd placement
- Niet té netjes, geen museum: ja mag er aan zitten, je mag de producten pakken om te kopen



## Combinatie van producten

- Uit verschillende categorieën
- Verschillende prijspunten, van lage prijspunten tot hogere prijspunten
- Artikelen vormen een divers en aansprekend aanbod
- Waarbij van alle (of bijna alle) unieke artikelen meerdere producten staan



Natuurmonumenten





# Richtlijnen Presentatie van de toonbank



## Keuze maken

- Kiezen is moeilijk! Less is more – toonbank niet vol zetten met assortiment
- *Leave with a smile*: goede gevoel meegeven van natuurmonumenten

## Goedlopend assortiment

- Impulswaardig actueel assortiment, mag het nieuwste item zijn
- Toegankelijke prijspunten
- Artikelen die al goed verkopen
- Optie: inspelen op seizoen en actualiteit



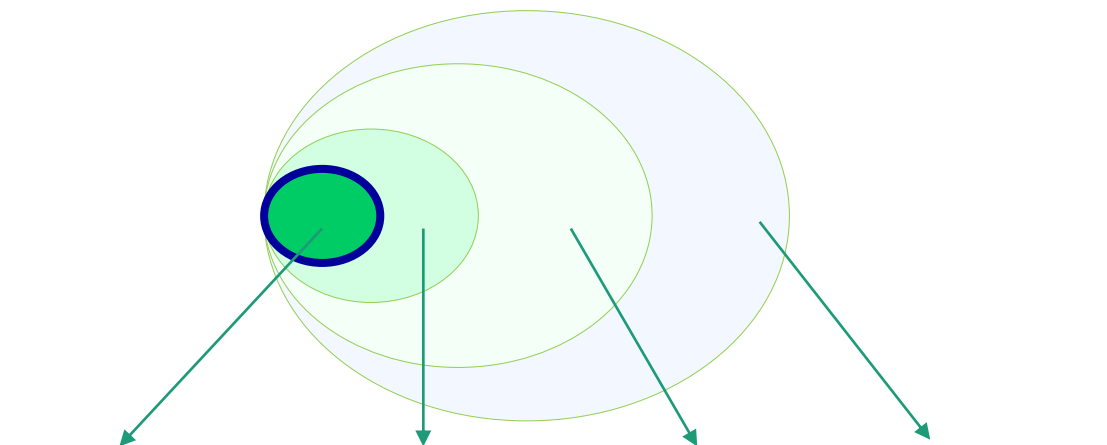
Natuurmonumenten

# 5. Licentie richtlijnen



Natuurmonumenten

# Eigen merk Natuurmonumenten



Assortiment dat direct helpt de natuur te beschermen, draagt bijv. bij aan biodiversiteit.

Assortiment dat helpt om de natuur te beleven, helemaal in lijn met de doelstelling van Natuurmonumenten.

Assortiment dat bijdraagt aan ontspannen en genieten in de natuur.

Al het overige assortiment van Natuurmonumenten.

## Natuurmonumenten:

Insectenhôtels, eekhoornhuis - voer, vogelhuisjes.

## Natuurmonumenten:

Rugzak, poncho, thermosfles,

## Natuurmonumenten:

Lunchbox, kalenders, souvenirs, kaarten, kleding accessoires

## Nee, tenzij

Eigen merk-artikelen zijn in de regel kostbaar om te ontwikkelen en te produceren en/of geven een zeer beperkte marge of brengen een hoog voorraad-risico met zich mee.

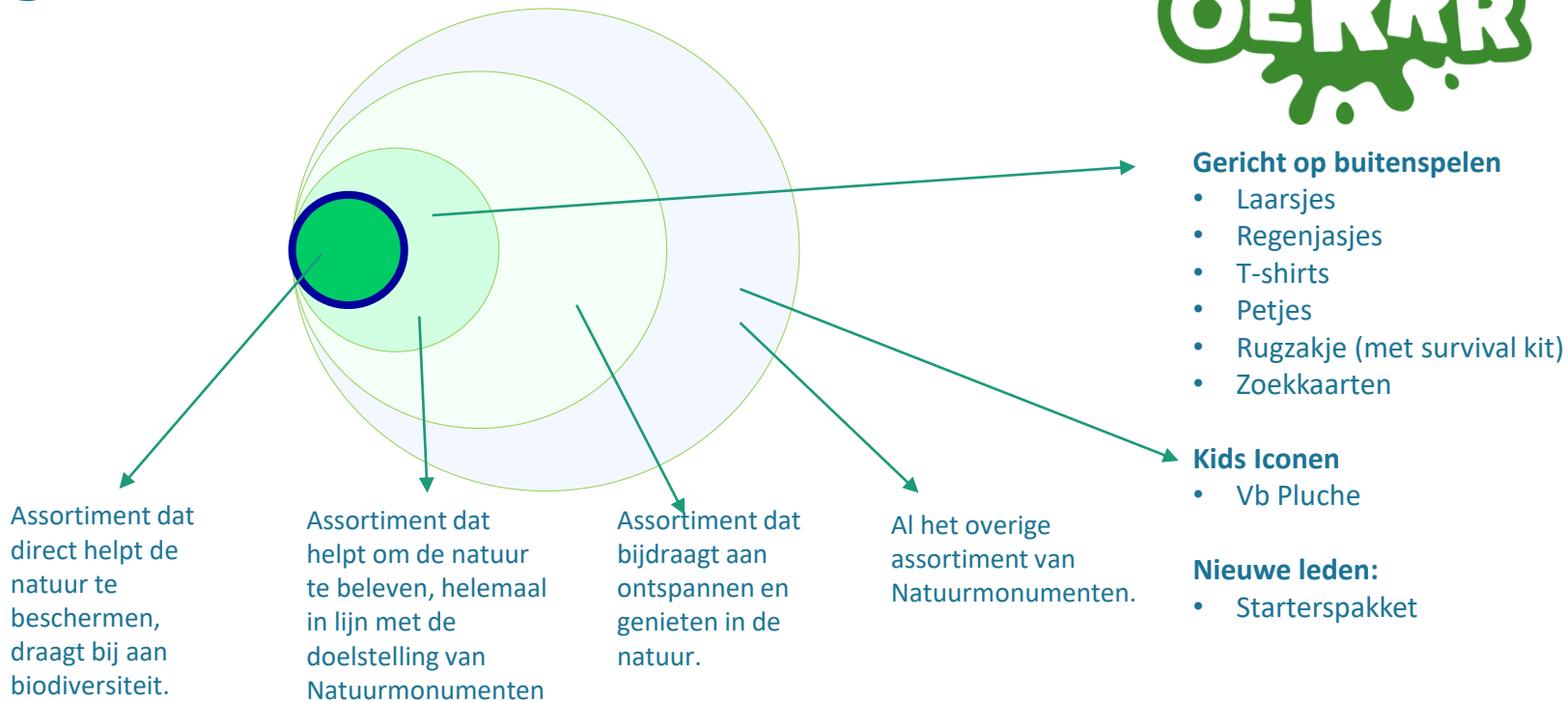
## Wanneer wel “Natuurmonumenten”

- Assortiment dat direct bijdraagt aan het doel van Natuurmonumenten, bijv.: insectenhôtels, bloemenzaad, eekhoornvoer
- Toevoeging Naam Natuurmonumenten werkt waarde verhogend voor het product
- Kernassortiment beleven, genieten, ontspannen in de natuur – max 10 items.
- Zichtbare gebruiksartikelen, trots op Natuurmonumenten – herkenbaar Natuurmonumenten – max 10 items.
- Assortiment dat eenvoudig, zonder risico's en met goede marge onder Natuurmonumenten geproduceerd kan worden, bijv.:
  - Souvenirs, kalenders, wenskaarten



Natuurmonumenten

# Eigen merk



Natuurmonumenten

# Ontwikkeling en verkoop van licentie producten

- Ontwikkeling van licentie assortiment wordt gedaan in samenwerking met CJ
- Verkoop eigen kanalen winkel en webwinkel
  - Assortiment krijgt prioriteit op assortimentlijst, winkels moeten dit assortiment voeren (tenzij ruimte het niet toelaat
- Verkoop aan derde partijen via CJ – zie samenwerkingsovereenkomst
  - CJ vermarkt licentieproducten naar derden.
  - Producten mogen aangeboden worden aan NM waardige retailers



# 6. Marketing en communicatie richtlijnen



Natuurmonumenten

# Marketing en communicatie richtlijnen

## Doel

- Boodschap onderbouwt het werk van NM
- Boodschap is aanvullend op de al ingezette communicatie vanuit NM
- Boodschap motiveert bezoekers intrinsiek over te gaan tot koop
- Eenduidige boodschap richting bezoekers

## Richtlijnen

- Aan de hand van de marcom kalender wordt de kalender afgestemd met CJ voor zowel de winkels als de webshop
- boodschap wordt via verschillende kanalen weergegeven (op het schap, nieuwsbrieven, narrowcasting, promoties, .. etc)



Natuurmonumenten



# Thema's, dynamiek

Op basis van thema's, seizoenen en actualiteit krijgt de (web)winkel per kwartaal een ander gezicht, beschreven in de winkel inrichting handboek

- Thema's Puur Natuur
- Lokale thema's – bijv. BC bestaat 25 jaar
- Actualiteit – zomer/winter

## **Uitgangspunten:**

Hiërarchie in inzet van middelen bij tijdelijke facelift van de winkel

1. Door middel van presentatie
  - Geef accenten door producten een andere plek te geven
  - Pak uit met presentatie door enkele artikelen wat meer ruimte te geven
  - 2nd placement: mix het assortiment op een nieuwe manier
2. Door middel van communicatie
  - Voeg communicatie toe aan de presentatie
  - Vertel het verhaal met beelden
3. Door middel van nieuw assortiment
  - Wees selectief met het apart inkopen
  - Koop niet alleen in voor het thema, gebruik het thema evt. als een update moment



**Natuurmonumenten**

# Communicatie in de schappen

## Story-telling

- Vertellen en uitleggen geven over producten
- Per meubel of presentatie-meter/ per categorie/ segment
- De belangrijkste vraag bij het schap beantwoorden:
  - Vb: welk huisje is geschikt voor welke vogel/locatie → keuze hulp
  - Vb: welk voer is geschikt voor welke vogel/ periode
  - Vb: wat kunnen we leren van dit product of merk



# Communicatieboodschappen Algemeen

- Ledenwerving - 10% korting
  - Op aantal punten in de winkel als onderdeel van het schap een A5 kaart met “Ben je lid? Altijd 10% korting”
- Op de hoogte brengen van Webshop
- Prijslabel met NM logo (waar dit prettig is voor het wegnemen van aankoop barrière)



# 7. Webwinkel richtlijnen



Natuurmonumenten

# Webwinkel richtlijnen

De Bezoeker of shopper ziet Natuurmonumenten, winkels en webwinkel als één organisatie. Daarom is het belangrijk dat de webwinkel zoveel als mogelijk de uitstraling van NM volgt:

- Presentatie webwinkel en alle uitingen (bijv. bevestigingsmail) zijn in de huisstijl van NM
- Assortiment en prijzen volgen de centrale assortimentslijst
  - Kleine uitstapjes naar bijv. grotere maten is mogelijk
  - Webshop biedt mogelijkheid om merken of producten te testen. Bij positieve resultaten worden producten beschikbaar gesteld voor de winkel, zo niet dan zullen de producten worden verwijderd
- Marketing en promotie acties zijn gelijk aan de andere verkooppunten van NM
- De klantenservice wordt door CJ verzorgd. NM ondersteunt vanuit Ecologie bij specifieke ecologische klantvragen



Natuurmonumenten

# 8. Proces van mutaties assortiment



Natuurmonumenten

# Jaarlijkse update van het assortiment

Het assortiment wordt steeds getoetst op drie aspecten: relevant, onderscheidend en renderend.

**Relevant** Het past bij de categorie – wat je verwacht  
Relevant is: niet alleen de hardlopers. Niet alleen vogelhuisjes voor koolmezen, maar ook nestkastjes voor vleermuizen en huisjes voor kikkers en padden.  
Relevant = “voldoende compleet” in oplossingen

**Onderscheidend** Echt Natuurmonumenten, leuk, aansprekend, verrassend.  
Producten die je juist bij Natuurmonumenten vindt. Net wat leuker, apart, verrassend en aansprekend. Met smaak gekozen, in brede zin duurzame producten, die je niet zo snel ergens anders vindt.

**Renderend** Het moet verkopen en het moet opbrengen (omzet en marge).  
Het assortiment moet roteren en onder aan de streep geld opbrengen dat Natuurmonumenten weer kan inzetten voor de doelen van de vereniging.



Natuurmonumenten

# Jaarlijkse update van het assortiment

Met de jaarlijkse updates vervangen wij een deel van het assortiment. Op basis van analyses, inzichten uit de winkel en uit de markt (het aanbod), bekijken jaarlijks het assortiment. Een groot deel van het assortiment houden wij in stand, een deel wisselen wij in voor nieuwe producten.

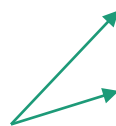
Wat wij behouden is het deel dat goed verkoopt én artikelen die misschien niet zo goed verkopen, maar waarvan wij vinden dat ze echt bij Natuurmonumenten passen – relevante onderdelen van ons assortiment.

Nieuwe items worden gekozen omdat wij de overtuiging hebben dat ze het beter gaan doen dan het assortiment waar wij afscheid van nemen. Hier zitten ook producten bij waarbij wij een gokje nemen, we testen en proberen nieuw assortiment uit.



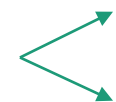
80% = gelijk \*)

20% = wisselen



Wat goed verkoopt

Wat relevant is



*Nieuw* wat waarschijnlijk verkoopt

Proberen



Natuurmonumenten

\*) Richtlijn, varieert per categorie

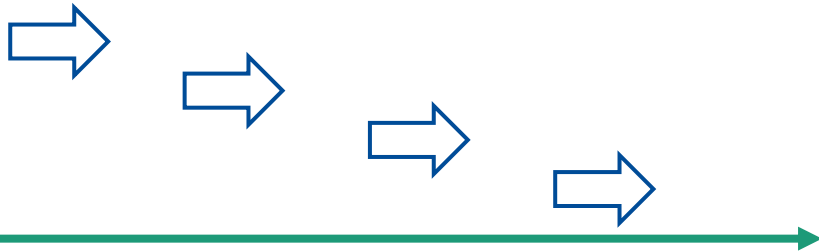


# Jaarlijkse update van het assortiment

Jaar op jaar verbeteren van het assortiment



- Analyse op omzet
- Analyse op BW/ Marge
- Analyse op relevantie
- Input uit markt / (web)winkels
- Inspiratie uit aanbod, (web)winkels, markt



**Uitgangspunt is: alle categorieën krijgen een jaarlijkse update: “groot onderhoud”**

- Steeds update per categorie
- Categorieën worden over het jaar verdeeld: niet allemaal tegelijk.
- Planning gelinkt aan relevante momenten/ seizoenen.
- Methodiek: bijv. CTC review stappenplan



Natuurmonumenten

jaar

# Assortimentsmutatie richtlijnen

NM is verantwoordelijk voor de assortimentskeuze

- Het centrale assortiment wordt bijgehouden in de centrale assortimentslijst
- Assortiment updates worden in de lijst gemarkeerd, zodat zichtbaar is voor iedereen wat er nieuw is



Natuurmonumenten

# 9. Proces van monitoring en rapportages



Natuurmonumenten

# Richtlijnen van monitoring en rapportages

## Op basis van overzicht en data de juiste keuzes en prioriteiten stellen

- De dagdagelijkse werkzaamheden van de categorie manager zijn vastgelegd in taken en verantwoordelijkheden Categorie manager (hierna uitgeschreven)
- Projecten vloeien voort uit het categorieplan.
  - Jaarlijks wordt in het categorieplan het doel, de strategieën en actiepunten vastgesteld voor de winkels van NM
  - De OGSM (Objectives, Goals, Strategies and Measurements) geldt als leidraad voor prioriteiten, het mag in overleg aangepast worden gedurende het jaar
- Algemene rapportages
  - Vanuit financiële afdeling worden de omzet en marge gemonitord van de specifieke winkels op maandelijkse basis
- Product rapportages
  - Vanuit het kassa systeem worden omzetten en marges van categorieën en producten per winkel weergegeven
- Overige rapportages
  - De omzetten tav licentie artikelen en webwinkel worden gedeeld op maandelijkse basis vanuit CJ
  - Marketingacties worden geëvalueerd (evt met CJ) en bijgehouden in de promotieplanning



# 10. Overzicht van taken en werkzaamheden categorie manager en winkels



Natuurmonumenten

# Taken en werkzaamheden


Taken en verantwoordelijkheden	Hoe vaak	Wie
<b>Formule plan</b>		
Aanpassing in plan ophalen in de organisatie en vastleggen	1x per 2 á 3 jaar	Catman / coordinator
<b>Categorie strategy, plan, implementatie en monitoring</b>		
Categorie plan (opzetten en afstemmen met organisatie/leverancier)	jaarlijks	Catman
OGSM uitwerken	jaarlijks	Catman
OGSM initiatieven uitvoeren	ongoging	Coordinator
KPI's (omzet, marge, rotatie) monitoren	maandelijks	Catman
Bezoeken winkels en informatie uitwisseling	per kwartaal	Catman Coordinator
Aanspreekpunt in de organisatie voor alles rondom winkel/webshop/producten	ongoging	Catman Coordinator
Opzetten nieuwe initiatieven/winkels/shop-in-shops	ongoging	Catman
Monitoren winkels met NM uitstraling met eigen verantwoordelijkheid (bijv Marel Texel)	ongoging	Catman
Winkeloverleg coördineren	2 wekelijks	Catman Coordinator
Webshop overleg operationeel	maandelijks	Coordinator
Assortimentscommissie (levering winkels/ producten/ feedback)	maandelijks	Catman Coordinator
Tactisch overleg webshop (eens per kwartaal)	kwartaal	Catman
<b>Assortimentsmanagement</b>		
Voorraadbeheer (incl derving, out-of-stock per winkel)	wekelijks	Coordinator
Up-to-date assortiment (opvullen gaps en verwijderen langzaamlopers)	per kwartaal	Catman Coordinator
Briefing winkels met nieuw/oud assortiment	Maandelijks	Coordinator
seizoensassortimenten introduceren en monitoren (ao seizoenen,boeken)	per seizoen	Catman Coordinator
Licentie producten ontwikkelen/monitoren	jaarlijks	Catman + coordinator + ecologie + marcom
Kalender / agenda opmaken	jaarlijks	Coordinator
Assortimentswijziging doorvoeren in het systeem	Maandelijks	Coordinator
Kerstpakketten, ontwikkelen	jaarlijks	Catman + Coordinator
initiatieven zoals rondleidingen lezingen in winkels opzetten	ongoging	Catman + Coordinator
Kwaliteit van producten	ongoging	Coordinator



# Taken en werkzaamheden (vervolg)

Taken en verantwoordelijkheden	Hoe vaak	Wie
<b>Presentatie/schappenplan/webshop</b>		Catman / coordinator
Presentatie richtlijnen/regels aan winkels en webshop adviseren en monitoren	per kwartaal	Catman
Communicatie materiaal / merchandising op schap verzorgen	ongoing	Coordinator
Narrow casting beleid opzetten en bijhouden	per kwartaal	Coordinator
Webshop navigatie en customerjourney optimaliseren	ongoing	Catman + Coordinator
Verpakkingsmateriaal ontwikkelen/ coördineren	eenmalig	Coordinator
<b>Marketing activiteiten</b>		Catman / coordinator
Kalender van marketing en communicatie afdeling volgen/afstemmen	Maandelijks	Catman + Marketing
promoties ontwikkelen (mini, nieuwsbrief,parcels etc)	Maandelijks	Coordinator
Promotie planning met winkels en webshop afstemmen	Maandelijks	Catman + Coordinator
Faciliteren van Merchandising materiaal	Maandelijks	Catman + Coordinator
Inrichting promotie in de kassa	Maandelijks	Coordinator + winkels
Evaluatie marketing activiteiten	kwartaal	Catman + Coordinator
Partner initiatieven bewaken/uitrollen	ongoing	Catman + Coordinator
<b>Prijsbeleid bewaken</b>		Catman / coordinator
Prijs check NM vs markt	per kwartaal	Coordinator
Omzet/marge verhouding monitoren	per kwartaal	Coordinator
Briefing winkels en webshop met prijswijziging	per kwartaal	Coordinator
<b>Leveranciersmanagement</b>		Catman / coordinator
Onderhouden relaties met leveranciers	ongoing / afhank	Catman
Jaaronderhandeling met top xx partijen over inzet, financiën en promoties	jaarlijks	Catman
Promotieplanning afstemmen met leverancier	jaarlijks	Catman marketing
Briefing finance tav financiën facturen	maandelijks / afh.promoplanning	
Onderhouden relaties met Partners van NM	jaarlijks	Catman
<b>Webshop</b>		Catman / coordinator
Monitoring site op content/uitingen/promoties/bugs	wekelijks	Catman Coordinator
Monitoring assortiment, aantallen en prijzen (gelijk winkel)	maandelijks	Catman Coordinator
Monitoring retouren en redenen en verbeteren content	maandelijks	Coordinator
Klantservice monitoren	ongoing	Coordinator + Ecologie
Productreviews monitoren	ongoing	Coordinator
Aftersale dmV bevestiging/juiste informatie		
<b>Adhoc projecten (bijv beveiligingscursus, roosterplanning systeem, handboek nieuwe collegas)</b>	Catman/coordin	Catman / coordinator





Femke van der Steege

E: [femke@ct-company.nl](mailto:femke@ct-company.nl)

M: 06 53846426



Natuurmonumenten