Le métier de manager grande distribution

Durée : 14.5 jours.

Public :

Responsable de magasin, directeur commercial, animateur de réseau, manager de secteur, manager de rayon. Derniere MAJ : Avril 2024

Objectifs :

Améliorer les indicateurs de gestion de votre unité d'exploitation. Maîtriser les techniques et les outils qui vont vous permettre d'optimiser vos performances commerciales. Développer vos capacités managériales. Créer les conditions d'une expérience client optimisée et unique.

Pré-requis :

Aucun prérequis n'est nécessaire pour participer à cette formation si ce n'est être en situation de management.

Méthodes :

Apports théoriques et méthodologiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges. Simulations de situations professionnelles et jeux de rôle. Analyses et résolutions de cas pratiques.

Evaluation :

L?évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices, mise en situation et étude de cas à réaliser. Le formateur remet en fin de formation une attestation avec les objectifs acquis ou non par le stagiaire.

Savoir faire un diagnostic du rayon (1 jour)

Où se situe votre rayon et quel est son potentiel ?
Connaître et analyser les principaux indicateurs de gestion
Analyser les ratios avec les moyennes observées en interne comme en externe
Construire, piloter et analyser un tableau de bord
Maîtriser les principaux calculs commerciaux
Savoir synthétiser et communiquer votre analyse

Savoir définir et suivre une stratégie commerciale (1 jour)

Comment élabore-t-on une stratégie ?
Optimiser le pilotage et l'évaluation d'une stratégie
Rendre une stratégie opérationnelle
Comment communiquer et faire adhérer à une stratégie ?

Fixer des objectifs et établir des plans d'actions (1 jour)

Appréhender et intégrer les objectifs généraux
Savoir définir et communiquer des objectifs
Savoir élaborer un tableau de bord prévisionnel
Définir un plan d'action : élaboration, communication, pilotage et évaluation
Savoir analyser et communiquer les résultats ainsi que constituer un plan de progrès

Elaborer et gérer un assortiment (1 jour)

Etre en état de veille permanente (informationnelle, concurrentielle, technologique)
Connaître les produits, les marchés, les tendances
Connaître la concurrence
Connaître le client
Maîtriser les règles qui président à toute construction d'assortiment

Maîtriser la fonction achats (2 jours)

Appréhender l'importance de la fonction achat dans l'entreprise
L'analyse du besoin
Sélectionner et évaluer ses fournisseurs
Les rapports managers/commerciaux, comment les gère-t-on ?
Optimiser sa négociation commerciale (présentation des principales techniques de négociation commerciale)
Contractualiser les accords
Analyser et évaluer les résultats
Comprendre et maîtriser les commandes automatisées

La négociation commerciale (2 jours)

Comment bien préparer sa négociation
Présentation des outils et techniques pour bien gérer son entretien de négociation
Les différentes étapes d'une négociation commerciale
Une communication qui se doit d'être maîtrisée et adaptée
Savoir faire un bilan et un plan de progrès

Le merchandising (2 jours)

Qu'est-ce que le merchandising et quels sont ses objectifs ?
Présentation des différents types de merchandising
Que doit-on faire avant une réimplantation ?
Présentation des différentes étapes d'une réimplantation
Optimiser l'agencement de son point de vente
Optimiser son assortiment et son agencement dans les linéaires
Présentation des différentes techniques de merchandising
Connaître et savoir utiliser les outils de communication (PLV, ILV, NTIC)
Comment améliorer l'expérience client dans son point de vente ?
L'e-merchandising

Maîtriser la gestion de votre stock (2 jours)

Optimiser son approvisionnement
Appréhender et mesurer le coût de votre stock
Maîtriser les différents outils de suivi et d'optimisation de votre stock
L'interaction entre la fonction logistique et le stock
Savoir optimiser la gestion d'une réserve
Les outils et procédures pour mieux gérer son inventaire

Optimiser son taux de rupture (1/2 jour)

Quelles sont les principales causes des ruptures ?
Présentation des solutions qui existent pour y répondre
Savoir mesurer ses ruptures
Comment communiquer et pérenniser notre action ?

Comment réduire sa démarque ? (1/2 jour)

Connaître les différents types de démarque
Savoir mesurer sa démarque
Quels sont les outils et techniques à notre disposition pour réduire sa démarque
Comment communiquer sur la démarque ?

Comment réduire ses anomalies prix ? (1/2 jour)

Une nécessité de mesurer les anomalies prix
Quelles sont les raisons de ces anomalies ?
Présentation des outils et méthodologies qui vont nous aider à réduire ces anomalies
Comment communiquer sur ces anomalies prix ?

Elaborer et piloter une politique promotionnelle (1 jour)

Comment gère-t-on les achats promotionnels ?
Quels sont les dynamiques promotionnelles possibles ?
Comment les négocie-t-on avec nos fournisseurs ?
Quels sont les canaux de communication à notre disposition
Comment et où effectuer les mises en avant dans le point de vente?
Etablir et suivre un POS
Mesurer et piloter les résultats

Derniere MAJ : Avril 2024

Modalités d'accès : Adeos valide avec le candidat, qu'il possède bien les compétences et les prérequis nécessaires au suivi de la formation.
Délais d'accès : Nous contacter.
Accessibilité aux personnes handicapées : Nos locaux sont aux normes d'accueil pour les PMR, pour les autres handicaps nous contacter afin de pouvoir adapter la formation ou bien vous orienter vers un organisme partenaire.

adeos
FORMATIONS
contact@adeos-formations.com
T : 04 69 64 72 07
www.adeos-formations.com