

Le métier de manager grande distribution

Durée: 14.5 jours

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.

Profils: Responsable de magasin, directeur commercial, animateur de réseau, manager de secteur, manager de rayon.

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.

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

Évaluation: 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

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 ?
© ADEOS FORMATIONS contact@adeos-formations.com | 04 69 64 72 07