

PROGRAMME DE FORMATION

Améliorer la rentabilité d'un rayon, d'un linéaire

Durée de la formation

14 heures

Modalités et délai d'accès à la formation :

Admission après entretien,
Délai d'accès : environ 15 jours à
réception des documents contractuels
signés

Rythme :

Sur mesure

Format :

À distance ou en présentiel.

Spécialité de formation :

Code 312 – Commerce / vente

Lieu de formation :

ISEAH FC Metz en inter
Dans vos locaux en intra

Nombre de Participants :

De 6 à 10 participants

Prérequis :

Si formation à distance, avoir un
ordinateur fonctionnel muni d'un micro,
d'une webcam et d'une connexion
internet.

Public visé :

Employé, entreprise

Profil de l'intervenant :

Formateur(trice) audité(e) par nos soins
afin d'évaluer ses compétences

Accessibilité aux personnes handicapées :

ISEAH FC s'engage à étudier toutes les
adaptations nécessaires aux besoins des
personnes en situation de handicap,
qu'ils soient pédagogiques, matériels ou
organisationnels (sur demande par mail
à l'adresse iseahfc@gmail.com ou au
06.88.79.31.16).

Objectifs de la formation et compétences visées :

- Établir un diagnostic du rayon à partir de l'analyse du résultat des ventes
- Définir une politique commerciale en adéquation avec la politique commerciale de l'enseigne
- Déterminer des objectifs, optimiser un assortiment, mettre en place une politique promotionnelle

Modalités d'évaluation :

- Réflexions de groupe guidées par le formateur
- Apports théoriques et pratiques
- Exercices pratiques et études de cas
- Mise en situation à partir du quotidien des participants
- Support de cours
- Quizz interactif
- Auto évaluation préalable en amont de la formation
- Évaluation des acquis en fin de formation

Modalités de suivi et d'exécution de la formation :

- Convocation envoyée en amont de la formation précisant les modalités de déroulement et de suivi de la formation ;
- Contrôle de la présence en formation via émargement ;
- Questionnaire de satisfaction ;
- Test des prérequis et des acquis ;
- Certificat de réalisation et/ou attestation de formation mentionnant les objectifs, la nature, la durée de l'action et les résultats de l'évaluation des acquis de la formation, remise au stagiaire à l'issue de la formation
- Enquête de satisfaction globale et d'évaluation de la formation à renseigner à l'issue de la formation.
- Livrable distribué en fin de formation à chaque participant.

Méthodes pédagogiques / techniques / d'encadrement mobilisées et informations complémentaires :

Moyens techniques et pédagogiques :

- Alternance de méthodes démonstratives et actives. Travaux pratiques accompagnés.
- Salles de cours, matériel vidéo et micro-informatique, Internet, supports de cours adaptés, activités médiatisées en ligne, documents numériques.
- Assistance technique et pédagogique à distance au 07.88.79.31.16.

Passerelles, Suite de parcours :

Améliorer son image sur les réseaux sociaux et développer son E-commerce, gérer de manière optimale les réclamations clients, développer vos capacités de vente, booster vos techniques de vente : cross selling / up selling....

Débouchés : Sans.

Améliorer la rentabilité d'un rayon, d'un linéaire

Programme	
<p>S'informer sur la notion d'analyse de rentabilité en merchandising</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réaliser un audit du rayon et comparer les résultats chiffrés, • Évaluer la conformité des différents ratios de rendement et de rentabilité • Comparer et analyser les prix de vente pratiqués par la concurrence, • Établir un diagnostic à partir des résultats obtenus pour identifier une nouvelle stratégie <p>Définir une politique commerciale en intégrant la notion de merchandising</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fixer des axes de progrès par zone et pour le magasin • Déterminer des objectifs chiffrés ambitieux et réalistes <p>Augmenter le CA en travaillant gestion, rentabilité et merchandising</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définir des besoins clients et sa zone de chalandise, analyser la concurrence • Réaliser une étude merchandising et analyser des panels • Mettre en conformité des implantations des différents segments de marché • Définir un assortiment, un positionnement des prix de vente des produits <p>Agir sur la mise en place du promotionnel pour mieux vendre ses produits</p> <ul style="list-style-type: none"> • Choisir des produits à mettre en avant : sélectionner un produit, identifier les critères de sélection • Appréhender le planning des têtes de gondole et de rotation • Intégrer la saisonnalité de son plan merchandising • Intégrer la notion de promotion fond de rayon 	14h00