

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 34559 - Gestion rayon

Lieu de formation :

ISEAH FC
Metz 20 rue Joséphine Caye
57070 METZ ou dans vos locaux

Nombre de Participants :

De 1 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 :

Tout public

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 :

- Les acquis théoriques et pratiques sont évalués tout au long du parcours de formation
- Attestation de formation délivrée en fin de parcours
- Test des pré-requis et des acquis

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 et 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.

PROGRAMME DE FORMATION

AMELIORER LA RENTABILITE D'UN RAYON, D'UN LINEAIRE	S'informer sur la notion d'analyse de rentabilité en merchandising • 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 Définir une politique commerciale en intégrant la notion de merchandising • Fixer des axes de progrès par zone et pour le magasin • Déterminer des objectifs chiffrés ambitieux et réalistes Augmenter le CA en travaillant gestion, rentabilité et merchandising • 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 Agir sur la mise en place du promotionnel pour mieux vendre ses produits • 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 Agir sur la mise en place du promotionnel pour mieux vendre ses produits • 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
--	--	---------------------