



LES LEVIERS D'OPTIMISATION DU RAYON CHARCUTERIE COUPE

Définir son identité par sa compétence



 **PUBLIC VISÉ:** Manager de rayon, adjoint manager

 **PRÉREQUIS:** avoir déjà exercé dans un rayon charcuterie, connaître les fondamentaux de la saisonnalité

 **DURÉE:** 2 jours (14 h)

BÉNÉFICES POUR LES PARTICIPANTS

- + **Mieux appréhender** les objectifs qualitatifs du rayon charcuterie coupe
- + **Avoir** une connaissance approfondie des produits et des procédures de production
- + **Connaître** les leviers d'optimisation en reliant le commerce aux objectifs économiques
- + **Avoir** des réponses concrètes aux différentes problématiques rencontrées

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Définir les points clés permettant le maintien de la qualité des produits en rayon
- Piloter son rayon avec son équipe en maintenant un cap bien défini
- Approfondir les bonnes techniques de commercialisation liées à la stratégie commerciale
- Se perfectionner au pilotage de la performance économique

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Exposés, débats, questionnaire
- Supports informatiques liés aux outils de pilotage en gestion
- Exercices sur cas concrets
- Fichiers photos
- Manuel du stagiaire intégrant une partie "Plan d'action personnalisé"

SUIVI ET ÉVALUATION

- Compte rendu de la formation
- Feuilles de présence
- Enquête de satisfaction
- Grille d'évaluation du stagiaire

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Les temps forts de la formation

1. LA QUALITÉ DES APPROVISIONNEMENTS

- Qu'est ce que la qualité, comment la maintenir?
- La perception de la qualité vue par le consommateur
- Le bon produit au bon moment au bon prix nécessite de l'anticipation (charte qualitative, proximité, saisonnalité...)
- Savoir lier la gestion des approvisionnements aux objectifs financiers

2. LA PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DU RAYON

- Les ratios qui composent un compte d'exploitation
- Les indicateurs clés de la performance
- Comment construire une charte tarifaire?
- Connaître son mixte de marge par segment
- Calcul de l'impact "poids promo"
- Les outils de pilotage et d'anticipation (gestion de la marge théorique)
- Les freins à une bonne gestion

3. LES RÈGLES DE COMMERCIALISATION

- Relier votre stratégie commerciale à vos implantations:
 - Fond de rayon
 - Zones promotionnelles, théâtralisation
 - Linéaire de spécialisation (production locale, identité régionale, fraîche découpe)
- Règles élémentaires d'implantation: le mètre à mètre du rayon
- La saisonnalité, l'identité régionale, une opportunité de performance
- Importance de la structure de gamme (niveaux de prix et de qualité, marques propres...)
- Comment développer un commerce de séduction

4. MAINTENIR LA QUALITÉ DU PRODUIT EN RAYON

- Le soin aux produits (principales spécificités par famille)
- Montage du rayon le matin
- Réouvertures respectant des horaires stratégiques
- La valorisation et la maintenance des produits: rotation, volume, réassort, remballe
- Spécificités des zones promo internes
- L'importance des équipes:
 - Connaissance des règles de bonne pratique
 - Connaissance, passion et respect du produit
 - Liste des tâches (check-list, chef de rayon, équipe)

Nous nous soucions du confort de nos stagiaires participants à nos actions de formation, qu'ils soient porteurs de handicap ou non ou qu'ils aient des problèmes de santé ou des difficultés moteurs ou physiques temporaires. Aussi, nous sommes à votre entière disposition pour toute demande particulière concernant les besoins de vos collaborateurs (pauses, station debout/assise, positionnement dans la salle, adaptation des supports avec une plus grande taille de police, intensité lumineuse, etc...). N'hésitez pas à vous rapprocher de notre référent handicap, Marie-Adrienne FOURNIE pour toute question, demande ou remarque à ce sujet