



PUBLIC VISÉ: Manager de rayon, adjoint manager



PRÉREQUIS: avoir une première expérience dans le secteur des produits frais et principalement la poissonnerie



DURÉE: 2 jours (14 h)

BÉNÉFICES POUR LES PARTICIPANTS

- + **Mieux appréhender** les évolutions à apporter à son rayon marée
- + **Connaître** les bonnes règles de pilotage à transmettre aux équipes
- + **Avoir** des réponses concrètes aux différentes problématiques rencontrées

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- **Définir** les points clés permettant de mieux optimiser son commerce
- **Approfondir** les bonnes techniques de commercialisation adaptées aux nouveaux enjeux économiques
- **Se perfectionner** au pilotage des outils d'exploitation

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Exposés, débats, questionnaires
- 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. LE MARCHÉ – L'ENVIRONNEMENT – LES CURSEURS ÉCONOMIQUES

- Quelle orientation pour le secteur marée?
- Les nouveaux concepts traditionnels et libre-service frais
- Les nouvelles tendances de consommation
- Savoir s'adapter aux nouvelles tendances de commercialisation
- L'évolution du marché frais emballé
- Adapter son commerce aux profils et aux attentes de ses clients / consommateurs

2. LA PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DU RAYON MARÉE

- 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 TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

- Faire évoluer les règles d'implantation et les modes de présentation
- Se professionnaliser à la connaissance de produits de la mer
- Optimiser la préparation de sa dynamique commerciale LS et traditionnel
- Savoir définir les axes de spécialisation par famille de produits
- Développer les modes de communication orientés vers les clients
- Apprendre à développer un merchandising de séduction

4. L'ORGANISATION

- Les répartitions des tâches de travail
- Définir les éléments de contrôle (montage, service, maintenance, remballage)
- La transmission des savoir-faire et la passion du métier
- L'importance des équipes:
 - Connaissance des règles de bonnes pratiques
 - Passion et respect du produit
 - Les règles d'hygiène et de contrôle
 - Les modes d'autocontrôle

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 motrices 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 FOURNY pour toute question, demande ou remarque à ce sujet