

LES LEVIERS D'OPTIMISATION DU RAYON FRUITS ET LÉGUMES

La qualité, une histoire de goût



PUBLIC VISÉ : Manager de rayon, adjoint manager

BÉNÉFICES POUR LES PARTICIPANTS

- + **Mieux appréhender** les objectifs qualitatifs du rayon fruits et légumes
- + **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
- **Approfondir** les bonnes techniques de commercialisation liées à la stratégie commerciale
- **Se perfectionner** au pilotage de la performance économique

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"

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Les temps forts de la formation

1. LA QUALITÉ DES APPROVISIONNEMENTS

- Qu'est-ce que la qualité en Fruits et Légumes?
- La perception de la qualité vue par le consommateur
- Le bon produit, au bon moment, au bon prix nécessite de l'anticipation (charte qualitative, saisonnalité...)
- Savoir lier la gestion des approvisionnements aux objectifs financiers
- Comment monter une structure de gamme liée aux objectifs qualitatifs et économiques

3. 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

2. LES RÈGLES DE COMMERCIALISATION

- Relier votre stratégie commerciale à vos implantations:
 - Fond de Rayon
 - Zones promotionnelles (podiums – palettes, TG)
 - Linéaires de spécialisation (fraîche découpe, Bio, produits vrac, bergerie...)
- Règles élémentaires d'implantation: le mètre à mètre du Rayon
- La saisonnalité, une opportunité de performance (les 4 saisons)
- 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 et l'après-midi
- Modes de présentation et maintenance: rotation, volume, réassort, remballage
- Spécificités des zones promo (dont TG)
- L'importance des équipes:
 - Connaissance des règles de bonne pratique
 - Passion et respect du produit
 - Liste des tâches
 - L'autocontrôle