

LES LEVIERS D'OPTIMISATION DU RAYON FRUITS ET LÉGUMES

La qualité, une histoire de goût



PUBLIC VISÉ: Manager de rayon, adjoint manager



PRÉREQUIS: avoir déjà exercé dans un rayon fruits et légumes, connaître les fondamentaux de la saisonnalité



DURÉE: 2 jours (14 h)

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"

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 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?

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 (podiums – palettes, TG)
 - Linéaire 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, remballe
- 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

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 FOURNY pour toute question, demande ou remarque à ce sujet

GMS+ (Gestion – Merchandising – Service Plus)

2, route de la Noue – 91190 Gif-sur-Yvette FRANCE

Tél: 01 64 46 66 44 – Fax: 01 64 46 66 88 – Email: contact@gms-plus.com – Site internet: www.gms-plus.com

SARL au capital de 8.000 € - RCS Evry B420 578 221 – Siret: 420 578 221 000 20 – Code APE: 7022 Z