

## 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:** Entre 1 à 10 jours (la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires)

#### OBJECTIFS DE LA FORMATION

A l'issue de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

- + 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

#### MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

- De 1 à 10 stagiaires
- Sessions ouvertes toute l'année

#### 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

#### TARIF

Selon le devis et la prestation souhaitée

#### 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 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 référente handicap, Jacqueline HAPETTE, pour toute question, demande ou remarque à ce sujet.