



Objectifs :

1. **Gérer son rayon comme un vrai centre de profit,**
 - Connaître la distribution, son histoire, son environnement, son devenir,
 - Maîtriser les indicateurs d'optimisation des linéaires,
 - Considérer la fonction achats comme une fonction marketing,
2. **Considérer la démarche qualité comme la maximisation des satisfactions de la clientèle,**

Méthodes & Moyens :

- Outre les apports théoriques (qui sont complétés par des documents pédagogiques spécifiques), cette formation intègre des méthodes essentiellement actives (exposés, Echanges, débats, questionnaire d'auto-analyse, jeux de rôle et simulations (les mises en situation sont filmées puis analysées).
- La pédagogie est centrée sur le développement d'aptitudes personnelles. Les exercices, tests et entraînements permettent à chaque participant de s'auto corriger et de concevoir un plan individuel de progrès.

CONNAITRE L'ENVIRONNEMENT DE LA DISTRIBUTION

- Introduction au Marketing,
- Le marché, besoins et motivations, comportement d'achat et consumérisme,
- La fonction traditionnelle de la distribution, son devenir, la logistique, le SIM, l'E.D.I,
- L'urbanisme commercial, le Trade Marketing,

SAVOIR OPTIMISER SA SURFACE DE VENTE

- Le Merchandising, définitions, intérêts en jeu, contenu,
- Les prévisions des ventes,
- L'aménagement de la surface de vente,
- Allocation et contrôle du linéaire,
- Indicateurs de performance des produits et des rayons et de satisfaction de la clientèle,
- Indices de sensibilité de l'allocation de linéaire,

CONSIDERER LA FONCTION ACHATS COMME UNE FONCTION MARKETING

- Les techniques de négociation avec les fournisseurs, budget,
- La politique d'approvisionnement, la logistique et la gestion des stocks ABC et 20/80
- Cahier des charges et appel d'offres,

LA DEMARCHE QUALITE ET LA SATISFACTION DU CONSOMMATEUR

- Qualité, mesure de la qualité et coût de non qualité,
- Les enjeux de l'assurance qualité,
- La mise en place de règles et normalisation,



Dates	Durée	Lieux	Inscription
Nous contacter	3 jours	Inter / intra	contact@biosens.net