

GESTION COMMERCIALE

AGIR SUR LES RESULTATS

Optimiser les performances et la rentabilité d'un centre de profit

PG02



Présentiel

Durée	Modalités	Tarif	Indicateurs
14 heures 2 jours de 7 heures	Formation intra ou Inter avec un formateur Session de 6 à 10 stagiaires maximum	Formation inter 1 100€ H.T./Stagiaire⁽¹⁾ Formation intra: nous consulter	 4.8/5 (21 avis)⁽²⁾ MAJ Juin 2023

COMPETENCES CIBLES

Découvrir ou approfondir ses connaissances pour ...



Savoir développer le chiffre d'affaires



Savoir améliorer la marge brute



Savoir suivre la qualité des achats et des stocks



Savoir mesurer la productivité



Savoir piloter un centre de profit

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION



Public

Managers, adjoints, Gestionnaires de rayon confirmés et toutes personnes amenées à pratiquer les basiques de gestion dans un centre de profit



Les prérequis de la formation

Pour profiter pleinement de cette formation, il est indispensable de dominer les acquis de la formation Maitriser les basiques de la gestion commerciale

PROGRAMME



DÉVELOPPER LE CHIFFRE D'AFFAIRES

Comprendre la construction du chiffre d'affaires et identifier les sources de progression

- Identifier Définir les éléments qui influencent le chiffre d'affaires
- Analyser la construction du chiffre d'affaires
- Analyser l'évolution
- Analyser les composants du C.A.
- Mesurer l'influence de la politique de prix et du merchandising sur le CA et la MB
- Dynamiser le Chiffre par des promotions, des animations, ...
- Réduire la non-qualité pour améliorer le chiffre



Validation au travers de mises en situation :

Analyser la construction du C.A. et identifier les sources d'amélioration



AMÉLIORER LA MARGE BRUTE

Identifier les sources d'amélioration de la marge

- Maitriser les prix de revient et les rendements
- Identifier les causes de démarque pour les réduire
 - Les critères d'analyse de la démarque
 - Les actions correctrices à mettre en œuvre
 - L'anticipation de la démarque
- Mesurer la démarque inconnue
 - Réduire l'écart entre la marge théorique et la marge réelle
 - Mesurer la démarque inconnue
- Mesurer l'impact des promotions, des soldes ou des décotes
 - Le poids des promotions, des soldes et l'incidence sur la marge
 - Les solutions à mettre en place pour compenser leur impact

- Faire la synthèse des éléments qui influencent la marge
- Suivi des remises en caisse / des ventilations



Validation au travers de mises en situation :

Analyser la construction de la marge et identifier les sources d'amélioration



SUIVRE LA QUALITÉ DES ACHATS ET DES STOCKS

Mesurer la performance de la gestion des approvisionnements

- Définir les éléments qui influencent la qualité des stocks
- Analyser la qualité des stocks
- Connaître les performances réelles des fournisseurs directs
- Maîtriser les achats saisonniers pour réduire le coût des soldes et des décotes
- Maîtriser les mouvements de marchandises
- Définir les critères d'un bon achat spéculatif



Validation au travers de mises en situation :

Analyser la qualité des stocks et identifier les sources d'amélioration



MESURER LA PRODUCTIVITÉ

Mesurer les écarts entre la productivité actuelle et les objectifs à atteindre

- Les ratios d'analyse et leur interprétation
- Calculer les ratios de la performance actuelle
- L'identification des sources d'amélioration



Validation au travers de mises en situation :

Analyser les performances en termes de productivité et identifier les sources d'amélioration



PILOTER UN CENTRE DE PROFIT

Passer du simple constat des résultats à l'élaboration d'un plan d'action





- Inventorier les indicateurs et les ratios d'analyse utilisés actuellement
- Identifier les axes d'amélioration de la rentabilité
 - Définir les indicateurs nécessaires à l'analyse d'un compte d'exploitation
 - Déterminer les références par rayon
 - Mesurer la performance au travers d'un compte d'exploitation
- Établir un plan d'action



Validation au travers de mises en situation :

Analyser les indicateurs de performance du tableau de bord et établir un plan d'action

ORGANISATION

	Méthodes d'animation	Exercices pratiques sur des cas concrets, démonstration et interaction permanente entre les participants et le formateur
	Modalités d'évaluation	Avant la formation : Test de positionnement, Entretien de découverte interactif, Recueil des attentes et des situations insatisfaisantes, Pendant la formation : Exercice et mise en situation sur les compétences des participants, Questionnaire ou quizz d'évaluation par module En fin de formation : Questionnaire post-formation
	Planification de la formation	Toutes nos formations sont planifiées avec l'entreprise, dans le trimestre qui suit la validation de votre inscription.
	Accessibilité aux personnes en situation de handicap	Afin d'organiser dans les meilleures conditions la formation et de nous assurer que les moyens de la prestation de formation peuvent être adaptés à vos besoins spécifiques, vous pouvez nous contacter au 03 80 53 94 15 ou par mail à service.formation@cmv-formationconseil.com

- (1) Les tarifs affichés correspondent au prix hors taxes par stagiaire pour des formations en inter-entreprise hors frais annexe (Abonnement, pause, repas, hôtel, ...). La T.V.A. applicable est de 20%. Pour les formations en intra, veuillez nous contacter.
- (2) Note calculée sur l'ensemble des retours clients pour cette formation au cours des 12 derniers mois. Mise à jour tous les 3 mois.



Afin de répondre à vos questions, d'établir un devis ou de réaliser une inscription, contactez-nous au 03 80 53 94 15 ou par mail service.formation@cmv-formationconseil.com

Générée le 19/06/23