



La distribution : un vrai métier



Objectifs

Connaître l'entreprise et ses rouages. Comprendre les enjeux économiques. Acquérir des compétences professionnelles complémentaires propres à favoriser le développement personnel et professionnel de chaque acteur.



Programme

I - QU'EST-CE QU'UNE ENTREPRISE DE DISTRIBUTION ?

- AVANTAGES ET INCONVENIENTS D'UN HYPERMARCHÉ

- Pour les clients
- Pour les acteurs de l'entreprise
- Les nouveaux canaux de distribution

- LES COMPORTEMENTS D'ACHAT ET LEURS EVOLUTIONS

- Pourquoi achète-t-on ?
- Les nouveaux comportements d'achat
- De la satisfaction au plaisir client

- LE PASSAGE DE LA DISTRIBUTION A LA VENTE DU PLAISIR CLIENT

- Tout visiteur est un client potentiel
- La méthode pour réussir
- Bien vivre la relation client
- Notre métier est de traiter de l'information
- Une conséquence : la nécessité des partis pris d'action

II - LE MAGASIN : OUTIL DE VENTE

- CE QUI SE VOIT

- Du parking à la ligne de caisse
- La surface de vente
 - Les aménagements
 - Le sens de circulation
 - Les implantations des rayons
 - Le balisage

- CE QUI PEUT ETRE SAISI SE VEND

- L'implantation des produits en gondole
- Les TG...

- LA MISE EN SCENE DE L'OFFRE

- La concurrence et nous
- La constitution des gammes
- Collection, largeur et profondeur
- Construction et utilité d'une nomenclature
- Les contraintes réglementaires, l'hygiène et les mentions obligatoires

- LA MISE EN ŒUVRE ET L'APPORT DE CHACUN

- Magasin plein et bien balisé = magasin vendeur
- Les gestes métier et la vente visuelle

III - CREER LE TRAFIC COMMERCIAL

- LES ACTIONS EXTERNES

- Pub et prix promotionnel
- Pub et évolution
- Promo et la mécanique
- L'offre centrale / saisonnière

- SE DISTINGUER DE LA CONCURRENCE

- Le positionnement commercial
- La politique d'enseigne et ses partis pris
- Se distinguer de la concurrence au quotidien
- La présence produit/plein, propre, rangé... en termes d'accessibilité des services
- La relation client et l'image vestimentaire

- LES SERVICES COMPLEMENTAIRES

- Les commerces d'accompagnement de la zone ou de la galerie
- Les services du magasin et la création de nouveaux concepts
- La carte de fidélité

IV - L'ECONOMIE D'ENTREPRISE

- Toute action conduit à faire du chiffre d'affaires
- La lecture du chiffre d'affaires
- La constitution d'un prix de vente
 - Quels sont les éléments qui influencent le prix vente TTC ?
 - La démarque connue et inconnue, comment lutter contre ?
 - Le compte d'exploitation au regard d'un caddy client
- La prise de conscience du résultat économique
- Le rôle économique de chacun : EC/hôtesse de caisse/vendeurs...
- Toute entreprise est un centre de profit

IV - L'ORGANISATION ET SES ACTIONS OU L'ART DE TRAVAILLER ENSEMBLE

- Domaine de définition et d'application à tous les services
- Les objectifs des organisations
- Le rôle du back office
- Toute organisation est centrée sur les comportements du client
 - Les emplois du temps et le flux de clientèle
 - Les gestes métier et la productivité
 - L'efficacité des gestes métiers ou comment se faciliter la vie

CONCLUSION

- Tous acteurs pas de spectateur
- Le succès n'est jamais dû au hasard
- Un vrai métier que la distribution



Participants

Responsable d'équipe et employés commerciaux



Méthodes pédagogiques

Exposés, jeux de rôles, plan d'actions



Durée

2 jours