



MESURER L'INCIDENCE DES PROMOTIONS SUR LA MARGE

Module de
2 h

Assurer la réalisation des objectifs attendus par la maîtrise situations promotionnelles

OBJECTIFS

- Calculer si une promotion est rentable
- Préserver sa marge par la maîtrise des actions promotionnelles
- Anticiper les résultats de marge des promotions
- Dynamiser le rayon par le pilotage des promotions

LES PLUS

- + Etre rapidement opérationnel grâce aux nombreux exercices d'application
- + S'entraîner sur les outils du magasin et de l'enseigne
- + Mettre en œuvre immédiatement les acquis par l'aspect concret de la formation

Public : Toute personne ayant en charge la gestion d'une promotion → Adjoints / Managers rayon ou secteur.

1

APPRENDRE A CALCULER LE POIDS PROMOTIONNELS

POURQUOI CALCULER LE POIDS PROMOTIONNEL

- Le calcul de l'incidence d'une promotion sur la marge
- Exercice d'application

L'EQUILIBRE ENTRE POIDS PROMO & MARGE

- Mise en situation au rayon FL
 - Situation promotionnelle subie
 - Situation promotionnelle anticipée

2

CALCULER LA RENTABILITE D'UNE PROMOTION REALISEE

LE SEUIL DE RENTABILITE D'UNE PROMOTION

- Principe du seuil de rentabilité
- Mise en situation au rayon Vin supérieur
 - Calculer si une promotion a été rentable
 - Analyse de l'action promotionnelle

LA PRISE EN COMPTE DE LA PROMOTION DANS LES OBJECTIFS DE MARGE

- La décomposition du taux de marge Objectif
 - La mesure du poids promotionnel
 - La prise en compte de la démarque
 - La reconstitution de la marge réelle sur le permanent
- Donner du sens au calcul pour anticiper les actions
- Mise en situation au rayon Fromage coupe

3

PRESERVER LA MARGE EN ANTICIPANT LA PROMOTION

ANTICIPER L'AUGMENTATION DES VENTES LIEE A LA PROMOTION POUR OBTENIR LA MEME MARGE EN VALEUR

- Le calcul du coefficient d'augmentation des ventes

- Comprendre l'intérêt
- Les deux méthodes de calcul
- Mise en situation Métier sur une opération promotionnelle au rayon Bazar
 - Calcul du coefficient
 - Recherche des causes
 - Recherche de solutions

SAVOIR UTILISER SES OBJECTIFS DE MARGE COMME OUTIL DE PILOTAGE DES PROMOTIONS

- Apprendre à calculer un budget ou une remise sur une promotion pour atteindre son objectif de marge
 - Le calcul de l'incidence d'une promotion sur la marge total du rayon
 - Le calcul d'un nouveau PA HT à négocier pour atteindre ses objectifs
- Savoir utiliser un taux de marge réalisé supérieur au taux de marge Objectif
 - Utiliser cette avance pour augmenter les ventes par des actions promotionnelles
 - La recherche du CATTTC disponible à 0% de marge

MODALITÉS DE LA FORMATION A DISTANCE CMV

MISE EN ŒUVRE

- Un ordinateur + 1 connexion internet + 1 téléphone fixe

ANIMATION

- 1 formateur confirmé
- 1 poste de travail = 1 participant
- Alternance Démo/Exercices/Validation des acquis
- Partage interactif de documents

PRISE EN CHARGE

- Imputable au budget formation à partir d'un cursus de 6h/participant
- Formation éligible au DIF

POUR PLUS D'INFORMATIONS OU RESERVER UN STAGE
Contactez-nous au **03.80.53.94.14** visio.cmvf@bompas.com
www.cmv-formationconseil.com

