

LA GESTION ECONOMIQUE DU POINT DE VENTE OU DU RAYON



PARTICIPANT(S) :

Dirigeant, responsable commercial, responsable de secteur, responsable de rayon

ORGANISATION :

Durée : 14 heures

Lieux : Campus du lac ou Campus de Libourne

INTERVENANT(S) :

Formateur expert en gestion.

VALIDATION DE LA FORMATION :

L'intervenant mesurera, tout au long de la formation, l'acquisition des connaissances des participants à travers la mise en place de situation in situ.

Délivrance d'une attestation de formation conforme à la législation en vigueur.

Un support de cours sera remis à chaque participant.

CAMPUS DU LAC

N° SIRET 410 581 102 00010

Code APE-NAF 8542Z

N° Existence 7233 042 4333

Site de Bordeaux

10 rue René Cassin – CS 31996 –

33071 Bordeaux Cedex

Tél. 05 56 79 52 00

campus@formation-lac.com

Site de Libourne

7 Bis rue Max Linder 33504

Libourne Cedex tél : 05 57 25 40

66

campus@formation-lac.com

OBJECTIFS

Nature de l'action : Acquisition de compétences

- Piloter les leviers de croissance du CA, de la marge et du résultat d'exploitation du magasin
- Construire/mettre en œuvre les outils de pilotage de la performance
- Détecter les situations d'alerte et définir les plans d'actions commerciaux
- Piloter et maîtriser les frais de personnel et l'organisation humaine (performances horaires)
- Piloter le compte d'exploitation du point de vente

MÉTHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Apports théoriques en groupe complétés par des exercices personnalisés. Plan d'action personnalisé.

Méthodologie communicative, dynamique et interactive avec les participants.

Mise en pratique live avec des créations.

CONTENU DU PROGRAMME

Tour de table et définition des objectifs et problématiques de chaque participant

1) PILOTER LA PERFORMANCE COMMERCIALE

Pilotage des leviers de croissance du CA : panier moyen, PVM, NAT, TT, nombre de clients, fidélisation, rotation de stocks, CA/m, ...

Détection des situations d'alertes

Mise en œuvre des plans d'actions commerciaux

Utilisation des outils de benchmark internes et externes

Pilotage des leviers de croissance de la marge : mix produits, statuts d'article, top margeurs, ...

Animation des leviers de croissance du CA et de la marge auprès des équipes

2) CONSTRUIRE LES OUTILS DE PILOTAGE DE L'ORGANISATION HUMAINE

Diagnostic des performances horaires : En total magasin et par rayon, sur le pic clients, de la caisse

Elaboration du planning des équipes à partir des pics clients, des productivités cibles, de l'amplitude d'ouverture et des données de l'environnement social

3) PILOTER LE COMPTE D'EXPLOITATION

Les leviers d'actions sur le CA et la marge

Le pilotage et la maîtrise de la DI

Le pilotage des frais de personnel

Le pilotage des frais généraux

Le suivi du compte d'exploitation budgété : analyse des écarts et définition de plans d'actions

4) ANIMER LES PLANS D' ACTIONS DE LA PERFORMANCE AUPRES DES EQUIPES

Présentation des résultats commerciaux aux équipes

Formalisation d'un plan d'action hebdomadaire et adhésion des équipes au plan d'actions

Animation des plans d'actions sur la surface de vente

Evaluation des acquisitions : Quizz de connaissances.