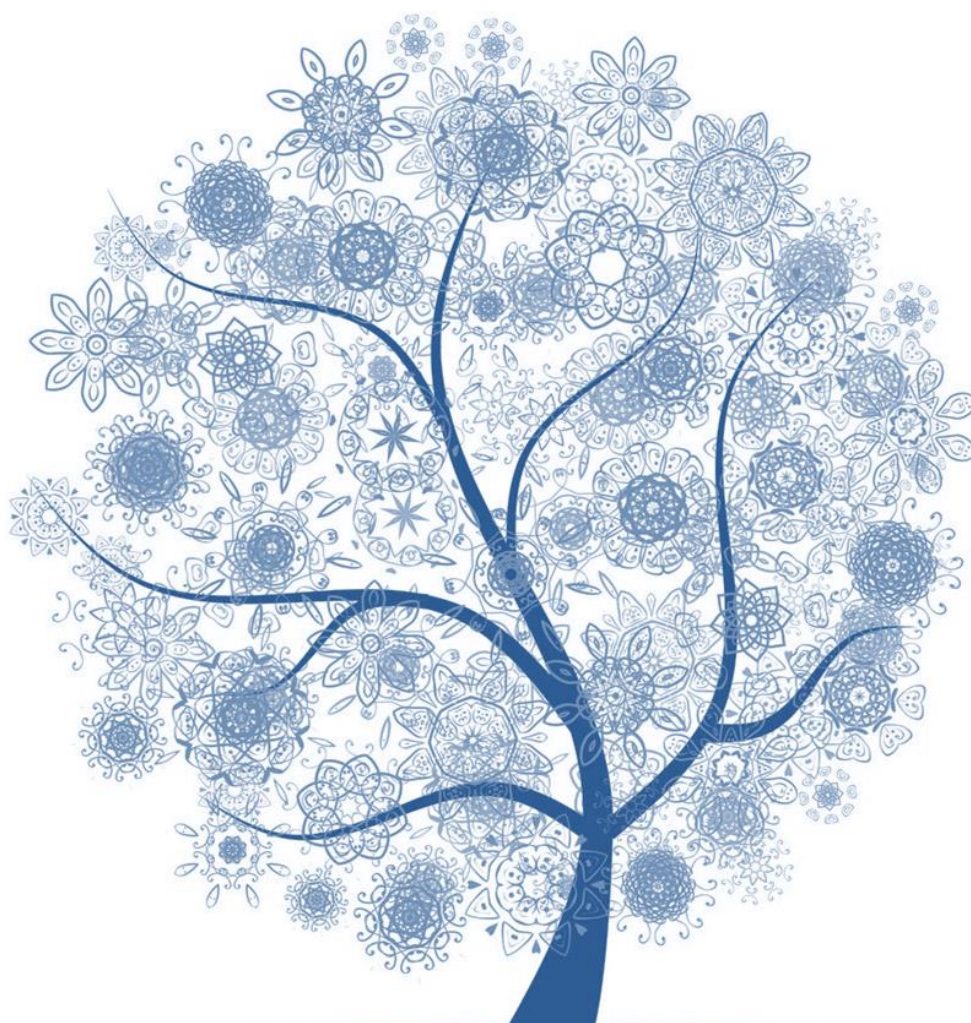


Commerce - Distribution



Formations 2021

Qui Sommes-Nous ?

Le Groupe Horizon

Spécialiste de la **Formation**, du **Conseil**, de l'**Audit**, du **Recrutement** et du **Coaching** en région PACA, le Groupe Horizon est reconnu depuis 12 ans en tant que partenaire privilégié des professionnels du Var.

Accélérateur de l'évolution professionnelle de plus de 15 000 salariés et non salariés, tous secteurs confondus et sur la France entière, le **Groupe Horizon** est un véritable **promoteur de solutions RH** au travers de consultants indépendants experts.

Horizon Formation

Implanté au cœur du tissu économique varois **depuis 2005**, notre équipe Formation se compose de chefs de projets expérimentés capables de répondre au mieux à vos besoins spécifiques.

Notre offre de Formation se répartit entre 5 catalogues de formations dites "transversales" **Signature HORIZON RH, Général, Prévention / Sécurité, Efficacité commerciale et Pack Entreprise** et 5 catalogues "Métiers" spécifiques et complémentaires : **Hôtellerie / Restauration, Immobilier, Hôtellerie de Plein Air, Etablissements de Santé, Commerce / Distribution.**

En Inter comme en Intra, Horizon Formation propose avant tout des sessions sur-mesure, personnalisées et adaptées à vos exigences.

« Les Plus Horizon RH »

Des Formations Sur Mesure :

Pour toute demande spécifique, nous nous vous proposons de travailler ensemble sur des formations sur mesure.

Ces actions de formation sont élaborées en collaboration avec vos services et répondent aux besoins et spécificités de votre entreprise. Pour tout renseignement, nous vous invitons à prendre contact avec votre chef de projets.

Des Formations Certifiantes, Qualifiantes et Agréées :

Nous réalisons des parcours de formation opérationnels, courts et qui débouchent sur un certificat, une qualification ou un agrément professionnel (CPF, CQP, SST, CSE, Bilans de Compétences...).

Des Interventions Réalisées Entièrement en Anglais et Langues Etrangères :

Sur demande, nos formateurs bilingues peuvent intervenir sur des missions entièrement réalisées en langue étrangère (de l'ouverture à la clôture de formation).

De l'Accompagnement dans vos projets Événementiels :

Nous mettons à votre disposition, notre savoir-faire dans l'organisation de vos événements promotionnels, internes ou externes : Séminaires, Team Building, Convention, Soirées promotionnelles...

En partenariat avec les acteurs régionaux, nous vous proposons des solutions originales, les nouvelles tendances en rapport avec votre budget.

Des Scannings :

Vous recevez un candidat, vous avez un doute sur son profil, vous devez choisir parmi plusieurs postulants, nous vous proposons un Scanning personnalisé assorti d'un compte rendu détaillé qui sera une aide précieuse à la décision.

Des Accompagnements Individualisés, Coachings :

Les accompagnements sont réalisés par des coachs agréés ou certifiés.

Des Catalogues Spécialisés :

N'hésitez pas à demander nos catalogues de formations "transversales" **Signature HORIZON RH, Général, Prévention / Sécurité, Efficacité commerciale et Pack Entreprise.**

Les Personnels de ces Enseignes ont apprécié nos Interventions

Quelques références Nationales et Locales



Gamm vert

Promocash



Intermarché



Coca-Cola®



E.Leclerc 

Grandes et Moyennes Surfaces	6
GMS04 - De l'Accueil à la Culture client.....	7
GMS15 - La qualité du service et techniques de vente.....	8
GMS34 - Dynamiser l'implantation de son rayon.....	9
GMS39 - L'animation d'un rayon en GMS.....	10
GMS55 - Connaître le vin pour mieux le conseiller à sa clientèle.....	11
GMS01 - Responsables de départements : Animez et motivez votre équipe avec la maîtrise de l'entretien.....	13
GMS02 - Responsable de départements : Dynamisez votre équipe avec des techniques de coaching.....	14
GMS37 - L'amélioration des achats et de l'approvisionnement en GMS.....	15
GMS33 - De la gestion des approvisionnements à la gestion des stocks.....	17
GMS47 - Gérer et Développer la marge commerciale de son rayon.....	19
GMS44 - Augmenter la vente additionnelle en grande distribution.....	20
GMS35 - Maîtriser la démarque inconnue.....	21
GMS40 - Devenez un véritable ambassadeur de votre enseigne.....	22
GMS36 - Transmission des compétences.....	24
GMS54 - Ergonomie au poste de Travail en GMS.....	25
GMS46 - Méthodologie, Étude et Optimisation des postes de travail en GMS.....	26
GMS41 - La prévention des risques liés à l'activité en Grande Distribution.....	27
GMS32 - Hygiène et qualité en Grande Distribution.....	28
GMS45 - Réglementation, Hygiène et Process aux Rayons Frais.....	30
GMS42 - Auditez votre Magasin.....	31
GMS43 - Formation pour Assistant au Drive.....	32
GMS11 - Fruits et légumes : Approvisionnements.....	33
GMS13 - Fruits et légumes : Réglementation et hygiène.....	34
GMS10 - Fruits et légumes : Économie.....	35
GMS12 - Fruits et légumes : Conduite et animation du rayon.....	36
GMS14 - Charcuterie/Traiteur : Connaissance produits, approvisionnement, commande et assortiment.....	37
GMS16 - Charcuterie/Traiteur : Présentation, implantation des produits et techniques d'animation.....	38
GMS17 - Charcuterie/Traiteur : Hygiène, Réglementation, Sécurité.....	39
GMS18 - Surgelés/Glaces : Optimiser le rayon surgelés et glaces en libre service.....	40
GMS19 - Marée : La connaissance et le travail des produits.....	41
GMS20 - Marée : La qualité d'accueil, l'animation, les techniques de vente et l'implantation des produits.....	42
GMS21 - Marée : Hygiène, réglementation et démarque.....	43
GMS22 - Crèmerie : Le travail et la connaissance des produits.....	44
GMS23 - Crèmerie : La qualité du service, la présentation, les animations et techniques de vente.....	45
GMS24 - Crèmerie : Hygiène, réglementation et démarque.....	46
GMS25 - Boucherie/Volaille : Hygiène et réglementation.....	47
GMS26 - Boucherie/Volaille : La qualité de service et le merchandising.....	48
GMS27 - Boulangerie/Pâtisserie : Hygiène et réglementation.....	49
GMS28 - Boulangerie/Pâtisserie : Qualité de service et merchandising.....	50
GMS30 - Bricolage et jardinage : La connaissance du secteur professionnel et des produits du bricolage.....	51
GMS31 - Bricolage et jardinage : Techniques de vente et merchandising.....	52
GMS29 - Produits de grande consommation : Initiation à la gestion des rayons PGC.....	54
GMS50 - Accueil et relation client au Drive.....	55
GMS48 - Manager et dynamiser votre Drive en GMS.....	56
GMS49 - Efficacité et training pour équipe du Drive en GMS.....	58

Grande et Moyenne Distribution



Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial, hôtesse d'accueil/de caisse et plus généralement tout personnel d'une enseigne.

Objectifs :

Développer une image de marque positive.

Assurer un accueil de qualité propice à l'échange et la communication.

Capitaliser sur une image agréable et rassurante en véhiculant les valeurs de votre marque.

Être capable de répondre aux attentes de la clientèle.

Contenu de la formation :

La relation clients :

- ▶ Les enjeux de la relation client et le respect des procédures magasin.
- ▶ Les exigences du public en matière de qualité de service.
- ▶ La communication.
- ▶ Attitudes et comportements, langage, écoute, politesse...
- ▶ Les différentes sortes de clients et l'attitude assertive qui convient.

Accueillir et renseigner le client :

- ▶ Le rôle de l'accueil.
- ▶ Les enjeux de la bonne présentation.
- ▶ Effectuer un diagnostic sur son propre style d'accueil.
- ▶ Savoir traiter les situations difficiles :
 - Dépasser le débat.
 - Prendre le temps d'écouter.
 - Rassurer et sécuriser le client (plan d'action).
 - Traiter les objections.

Fidéliser la clientèle :

- ▶ Acquérir des réflexes propres à fidéliser la clientèle.
- ▶ Optimiser la relation de qualité.
- ▶ Se rapprocher du client pour en faire un véritable partenaire.
- ▶ Les moyens à mettre en oeuvre pour fidéliser.

Jeux de rôles filmés et analysés.

Méthodes d'intervention :

Exercices pratiques et mises en situation filmées et analysées.

Formateur ayant une expérience terrain de l'accueil et la relation clients.

*De l'Accueil à la
Culture client*

GMS04

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon, vendeur.

Objectifs :

Développer une image de marque positive.

Etre capable de répondre aux attentes de la clientèle.

Maîtriser les techniques de vente et conseil.

Contenu de la formation :

Accueillir le client :

- ▶ Le rôle de l'accueil.
- ▶ Les enjeux d'une bonne présentation.
- ▶ Effectuer un diagnostic sur son propre style d'accueil.
- ▶ Savoir traiter les situations difficiles :
 - Dépasser le débat.
 - Prendre le temps d'écouter.
 - Rassurer et sécuriser le client (plan d'action).
 - Traiter les objections.

Animer et développer ses ventes en magasin :

- ▶ L'image de marque.
- ▶ Les attentes de la clientèle sur le rayon.
- ▶ La qualité marchande.
- ▶ Les niveaux de prix et la concurrence.
- ▶ Les arguments de vente.
- ▶ Les phrases types de la vente.
- ▶ Les ventes complémentaires.
- ▶ Les conseils de consommation.
- ▶ La prise de congé.
- ▶ L'impact visuel et l'image personnelle.
- ▶ Le vocabulaire de vente et de courtoisie.
- ▶ Le comportement au poste.

Fidéliser la clientèle :

- ▶ Optimiser la relation de qualité.
- ▶ Se rapprocher du client pour en faire un véritable partenaire.
- ▶ Les moyens à mettre en oeuvre pour fidéliser.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques et mises en situation filmée.

*La qualité du service et
techniques de vente*

GMS15

Programme de formation

Public concerné :

Responsable de Rayon, Adjoint de Rayon ou tout vendeur ou employé en charge de l'implantation d'un Rayon.

Objectifs :

Connaître et comprendre les grands principes du Merchandising en magasin.
Savoir implanter un rayon en adéquation avec les contraintes de surface ou de position géographique dans le magasin.
Savoir implanter en fonction de la saisonnalité et des attentes clients.
Accroître ses connaissances en matière d'implantation, de présentation et de théâtralisation des produits.
Savoir effectuer des événements de mises en avant des produits afin de dynamiser les résultats du rayon.

Contenu de la formation :

Le Merchandising :

- ▶ Les règles de bases.
- ▶ Le facing.
- ▶ Le verticalisme, l'horizontalisme, les pavés.
- ▶ Les différentes zones du linéaire.
- ▶ L'allocation du linéaire.
- ▶ La capacité linéaire.
- ▶ Les indices de sensibilité.
- ▶ L'allocation des surfaces.
- ▶ Les types de mobilier.
- ▶ Le sens de circulation client.
- ▶ Les derniers concepts et les nouvelles tendances.

L'implantation et le Client :

- ▶ Les principes généraux.
- ▶ Les habitudes de consommation.
- ▶ Perception de l'image du rayon.
- ▶ Comportements des consommateurs.
- ▶ Typologie des consommateurs.
- ▶ Motivations et freins à la consommation.
- ▶ Les critères d'achat au rayon :
 - Comportements d'achat observés au rayon.
 - Attentes du consommateur vis à vis du rayon.
 - Conséquences et applications pour le rayon.
- ▶ Analyser son hit parade de vente et en jouer sur son implantation.

Réalisation de l'implantation :

- ▶ Rendre attractif une zone sur le rayon.
- ▶ Améliorer sa présentation produit.
- ▶ Implantation usuelle et implantation exceptionnelle.
- ▶ Animation, théâtralisation et événementiel.
- ▶ Travailler la mise en rayon.
- ▶ Jouer sur le chargement du rayon.
- ▶ L'Étiquetage comme vecteur d'achat.
- ▶ Affichage et éléments de décoration.

Mettre en lien l'implantation et l'objectif : CA, Marge, Productivité...

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices d'application.
Mises en situations.

*Dynamiser
l'implantation de son
rayon*

GMS34

Programme de formation

Public concerné :

Responsable de Rayon, adjoint de rayon ou tout vendeur ou employé en charge de l'animation et de la vente en Rayon.

Objectifs :

Comprendre les grands principes du Merchandising en magasin.

Savoir organiser un rayon en adéquation avec les contraintes de surface ou de position géographique dans le magasin.

Savoir implanter et animer en fonction de la saisonnalité et des attentes clients.

Savoir effectuer des événements de mises en avant des produits afin de dynamiser les résultats du rayon.

Contenu de la formation :

L'animation du rayon :

- ▶ La mise en avant des produits.
- ▶ Le suivi des promotions.
- ▶ Les conseils à la vente :
 - L'écoute active.
 - Comprendre le temps consacré par le client.
 - Découvrir les vrais besoins du client.
 - Les fiches consommateurs.

La présentation du rayon :

- ▶ La présentation du rayon.
- ▶ Le plan d'implantation et la vie du produit.
- ▶ Travailler la mise en rayon des produits.
- ▶ L'étiquetage des produits.
- ▶ Soigner l'attractivité des produits.
- ▶ Distinguer animation, théâtralisation et événementiel.
- ▶ Solliciter l'imaginaire.
- ▶ Renforcer l'impact de son image de marque.
- ▶ Sélectionner les produits adaptés aux besoins du client.
- ▶ Simplifier l'acte d'achat par une présentation/offre claire.
- ▶ Structure de rayon usuelle et implantation exceptionnelle.

Le Merchandising un outils pertinent pour la Vente :

- ▶ Les règles de bases.
- ▶ Le facing.
- ▶ Le verticalisme, l'horizontalisme, les pavés.
- ▶ Les différentes zones du linéaire : Rendre attractif une zone.
- ▶ L'allocation du linéaire.
- ▶ La capacité linéaire.
- ▶ Les indices de sensibilité.
- ▶ L'allocation des surfaces.
- ▶ Les types de mobilier et le sens de circulation.
- ▶ Les derniers concepts et les nouvelles tendances.

Le Client et le Rayon :

- ▶ Les habitudes de consommation.
- ▶ Perception de l'image du rayon.
- ▶ Comportements des consommateurs.
- ▶ Typologie des consommateurs.
- ▶ Motivations et freins à la consommation.
- ▶ Les critères d'achat au rayon :
 - Comportements d'achat observés au rayon.
 - Attentes du consommateur vis-à-vis du rayon.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices d'application.

Mises en situations.

Échanges d'expériences.

*L'animation d'un
rayon en GMS*

GMS39

Programme de formation

Public concerné :

Chef de Rayon, responsable de Secteur et plus généralement tout professionnel responsable de la commercialisation de vins.

Objectifs :

Comprendre les facteurs de qualité de la production de vins

Acquérir et connaître les termes techniques qui décrivent la vie du vin, de la vigne jusqu'au verre : les bases de la vinification des vins blancs, rouges, rosés et vins contenant des sucres, les bases de la dégustation et les accords mets/Vins.

Apprendre et utiliser un vocabulaire approprié pour mieux communiquer et parler du vin.

S'approprier les outils et méthodes servant à reconnaître les qualités organoleptiques d'un vin.

Mettre en valeur les vins de son rayon : les différents types de vin, lire, comprendre et expliquer les étiquettes et les fiches techniques, présenter et ordonner ses vins

Acquérir des outils pour développer ses ventes : offres commerciales, qualité du service.

Contenu de la formation :

De la vigne au verre, du raisin au vin :

- ▶ Éléments de la production du vin et influence sur la qualité :
 - Vendanges,
 - Cépages,
 - Vinification,
 - Élevage.
- ▶ Les différents types de vin :
 - Vins blancs,
 - Vins gris ou claires,
 - Vins rosés,
 - Vins rouges,
 - Vins doux naturels,
 - Vins de liqueurs,
 - Vins jaunes,
 - Vins de vendanges tardives,
 - Vins paille,
 - Vins Pétillants.
- ▶ Les vins e France oui , mais aussi de l'étranger :
 - Statistiques mondiales, nationales
 - Principaux pays producteurs, types de vins produits
 - Localisation des régions, superficies en production, types de vins produits
 - comparaison de 5 vins issus de différentes régions étudiées (Le Languedoc-Roussillon, La région Bordelaise, La Vallée du Rhône, Le Val de Loire, La Bourgogne).
- ▶ Les bases de la dégustation :
 - Où, quand, comment ?
 - Perceptions,
 - Reconnaissance des arômes,
 - le vin seul ou accompagné ?
 - Physiologie du goût : les mécanismes de la dégustation,
 - Les quatre saveurs de base,
 - Reconnaître un vin par la dégustation,
 - L'examen visuel: couleur, limpidité, viscosité, bullage,
 - L'examen olfactif: les familles d'arômes,

*Connaître le vin pour
mieux le conseiller à sa
clientèle*

GMS55

*Connaitre le vin pour mieux le conseiller à sa
clientele*

Programme de formation

(suite)

- L'examen gustatif: les saveurs fondamentales,
- L'équilibre des saveurs,
- La longueur en bouche.
- ▶ Retour sur les différents Appellations.
- ▶ AOC/ Les AOVDQS/ Les VDP/ Les VDT.
- ▶ Importance de l'âge, le millésime d'un vin :
 - De l'enfance à la Maturité.
 - Quelle année pour quelle vin ?

Le vin en GMS :

- ▶ Mieux connaître pour mieux vendre : lire une étiquette, interpréter les fiches techniques des fournisseurs.
- ▶ Parler du Vin et le promouvoir : Pourquoi et Comment ?
- ▶ Les verres et leur importance.
- ▶ Le service du vin (température, aération, carafer, préparation de la bouteille, décantation).
- ▶ Retour sur la conservation.
- ▶ Notions de base sur les accords mets et vins
- ▶ Service des vins, savoir conseiller un client en souplesse.
- ▶ Offres commerciales:
 - foires,
 - opérations spécifiques,
 - dégustations,
 - promotion.
- ▶ Gestion de l'offre et de la demande : Les stocks et les références à posséder.
- ▶ Connaître sa clientèle, ses besoins et sa saisonnalité.
- ▶ Quelle relation avec les producteurs locaux ?
- ▶ Exposition et situation des Vins dans le Rayon.

Méthodes d'intervention :

Un questionnaire, présenté à la fin de la formation permet d'évaluer les acquis.

Un support pédagogique sera remis à chaque participant. Sous forme de livret relié, il reprendra les éléments essentiels des diaporamas exposés.

Les outils pédagogiques complémentaires (arômes, vins, étiquettes, cartes) contribueront à la cadence de la session, préservant des moments d'activité.

Un ou plusieurs dégustations pourront avoir lieu.

*Connaitre le vin pour
mieux le conseiller à sa
clientele*

GMS55

Programme de formation

Public concerné :
Chef de département.

Objectifs :

Maîtriser les techniques motivationnelles d'animation d'équipe au cours de l'entretien minute.

Savoir gérer l'entretien conflictuel.

S'engager personnellement sur un objectif individuel d'amélioration.

Contenu de la formation :

Les différents entretiens possibles en management.

Les techniques en 5 phases propres à chacun.

Définir les objectifs et manager « minute ».

Savoir déléguer avec efficacité.

La gestion de l'entretien conflictuel.

L'art de motiver en recadrant positivement.

La mise en place des entretiens dans le processus de management propre au département.

Engagements individuels d'amélioration.

*Responsables de départements : Animez et
motivez votre équipe avec la maîtrise de
l'entretien*

Méthodes d'intervention :

Après avoir validé les outils d'animation et de motivation d'équipes, apprendre à être efficace au moyen de nombreux exercices, tests et simulations filmées et analysées.

*Responsables de
départements : Animez et
motivez votre équipe avec la
maîtrise de l'entretien*

GMS01

*Responsable de départements : Dynamisez votre
équipe avec des techniques de coaching*

Programme de formation

Public concerné :
Chef de département.

Objectifs :

Maîtriser la méthodologie et les outils de coaching pour accroître les résultats.
A partir du quotidien de chacun, définir un plan d'action managérial opérationnel à l'issue de la formation.

Contenu de la formation :

Rappels sur les principes et les styles de management.

Développer la méthode du coaching d'équipe selon HUSTON.

Travailler à partir de la grille managériale pour déterminer son process.

Construire son processus de suivi comme un vrai coach interne.

Mises en pratique.

Ateliers pratiques :

- ▶ Réflexions et simulations pratiques.
- ▶ Exercices de simulations filmées et analysées.
- ▶ Construction de son plan d'action personnel avec contrôle hiérarchique.
- ▶ Engagements individuels d'amélioration.

Méthodes d'intervention :

Réflexions et simulations.
Exercices de simulations filmées et analysées.

*Responsable de
départements : Dynamisez
votre équipe avec des
techniques de coaching*

GMS02

Programme de formation

Public concerné :

Acheteur, responsable de rayon ou tout personnel ayant besoin de procéder à des achats de fournitures ou de produits pour le magasin.

Objectifs :

Maîtriser les flux logistiques par une démarche d'optimisation des relations avec les fournisseurs.

Mener à bien les négociations d'achats en fonction des besoins du magasin, du marché fournisseurs et des différents interlocuteurs.

Mettre en place un système d'approvisionnement efficace répondant au double souci de satisfaction des besoins et de réduction des stocks.

Apprendre à définir ses propres méthodes de gestion.

Connaître les principaux facteurs de performances commerciales.

Gérer les stocks en intégrant les notions de rotation, d'obsolescence et d'immobilisation.

Comprendre la constitution de la marge et l'effet des promotions.

Utiliser les outils et méthodes de gestion pour optimiser le linéaire magasin.

Contenu de la formation :

Rappel des rôles du Responsable achats.

Qu'est ce que les stratégies d'achats.

La mesure de la performance des achats :

- ▶ Les fournisseurs.
- ▶ Le portefeuille fournisseur.
- ▶ La mise en concurrence.

La négociation d'achats :

- ▶ Le contexte de la négociation.
- ▶ La préparation de la négociation.
- ▶ L'entraînement à la négociation.

Acquérir des techniques de négociateurs :

- ▶ L'élaboration d'une stratégie d'achat.
- ▶ Analyse des consommations et des stocks.
- ▶ Les méthodes de réapprovisionnement.
- ▶ Les méthodes de valorisation des stocks.
- ▶ Les flux tendus.

Les indicateurs commerciaux :

- ▶ La gestion maîtrisée du Rayon :
 - Enjeux et objectifs.
- ▶ Les ventes/Le chiffre d'affaires :
 - Rendement valeur et volume (famille de produit, références, mètre linéaires).
 - Calcul des évolutions.
 - Tenir compte de la TVA.
 - Notions de prix moyen.
 - PMO vs PMD.
 - Indicateurs clients.
 - Panier moyen.
 - Ticket moyen.
 - Indicateurs produits.
 - PDM familles et articles.
 - Ranking et notion d'indispensables.

Les indicateurs économiques :

L'amélioration des achats et de l'approvisionnement en GMS

*L'amélioration des achats
et de l'approvisionnement
en GMS*

GMS37

L'amélioration des achats et de l'approvisionnement en GMS

(suite)

- ▶ Marge brute et Marge commerciale :
 - Définition.
 - Mode de calcul.
 - Le coefficient multiplicateur.
 - Notions de marges arrière.
 - Marge par métiers.
 - Manier la péréquation de marge.
- ▶ De la marge brute au résultat du magasin.
- ▶ La gestion des stocks :
 - Calcul et Valorisation.
 - Notion de stock moyen.
 - La rotation moyenne des stocks.
 - La couverture de stock.
 - Stock d'alerte et de sécurité.
- ▶ Démarque et dépréciation.
- ▶ Définitions.
- ▶ Mode de calcul.
- ▶ Origine et actions de lutte.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices pratiques.
Simulation de négociation filmée.

*L'amélioration des achats
et de l'approvisionnement
en GMS*

GMS37

De la gestion des approvisionnements à la gestion des stocks

Programme de formation

Public concerné :

Chef de rayon ou de département et tout personnel passant des commandes produits, responsable de l'approvisionnement et de gestion de stock.

Objectifs :

Connaissance approfondie du circuit des marchandises depuis le fournisseur jusqu'au client.

Maîtriser la gestion des stocks et des approvisionnements.

Appréhender la préparation d'un inventaire.

Optimiser le Stockage.

Comprendre les enjeux de l'approvisionnement.

Maîtriser les outils de gestion des stocks.

Mettre en place des outils de mesure.

Contenu de la formation :

Introduction :

- ▶ Les enjeux de la logistique.
- ▶ Les objectifs de la logistique.
- ▶ La chaîne logistique.
- ▶ Les composantes de la logistique.

L'approvisionnement :

- ▶ La politique d'approvisionnement.
- ▶ Le processus d'achats et le rôle de l'acheteur.

La gestion des stocks :

- ▶ Définition d'un stock.
- ▶ La gestion par exception.
- ▶ Le classement ABC des articles.
- ▶ Le coût du stock.
- ▶ Le coût d'une rupture.
- ▶ Les stocks à risques.
- ▶ Les stocks : les seuils critiques.
- ▶ Le stock moyen.
- ▶ Le stock de protection.
- ▶ Le coefficient de rotation des stocks.
- ▶ Les méthodes FIFO et LIFO.
- ▶ Le flux tendu.
- ▶ Le stockage.

La réception des marchandises :

- ▶ Le contrôle en première et deuxième réception.
- ▶ Le planning de livraison.
- ▶ Agencement et organisation des réserves.

La commande :

- ▶ Détermination du coût de passation d'une commande.
- ▶ Le calcul d'une commande.
- ▶ Le traitement des retours de marchandises.
- ▶ L'inventaire.
- ▶ La préparation d'un inventaire.
- ▶ La démarque connue.
- ▶ La démarque inconnue.

La chaîne logistique :

- ▶ Évolution de la logistique de l'entreprise.
- ▶ Rôle des stocks.
- ▶ Coûts du stockage.

*De la gestion des
approvisionnements à
la gestion des stocks*

GMS33

De la gestion des approvisionnements à la gestion des stocks

Programme de formation

(suite)

- ▶ Différents types de stocks.

Les aléas :

- ▶ Stock de protection ou de sécurité.
- ▶ Stock moyen, stock maximum.
- ▶ Taux de rotation, taux de couverture.
- ▶ Loi de Pareto.

Organisation de la fonction :

- ▶ Analyse des coûts.
- ▶ Formule de Wilson.
- ▶ Réapprovisionnement sur seuil.
- ▶ Réapprovisionnement périodique.

Les inventaires :

- ▶ La valorisation du stock.

Relation clients fournisseurs.

Passage à la gestion informatique.

Notions sur le Kanban.

Notions sur le MRP.

La prévision des besoins :

- ▶ Horizon de la prévision.
- ▶ Les variations saisonnières.
- ▶ Le lissage exponentiel.

Le tableau de bord :

- ▶ Exemple d'indicateurs.
- ▶ Apport des applications informatiques.
- ▶ Travail et élaboration de tableaux de bords personnalisés.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques et pratiques.
Étude de cas pratiques.
Exercices.
Support de cours formation gestion des stocks.

*De la gestion des
approvisionnements à
la gestion des stocks*

GMS33

Gérer et Développer la marge commerciale de son rayon

Programme de formation

Public concerné :

Responsable de rayon, Manager.

Cette formation ne nécessite pas de prérequis, mais une bonne connaissance de la gestion d'un rayon.

Objectifs :

Savoir utiliser les indicateurs de marge commerciale.

Utiliser les méthodes de gestion performantes.

Gérer les promotions.

Maîtriser les démarques connues et inconnues.

Optimiser les résultats d'un rayon.

Assurer une bonne gestion au quotidien.

Contenu de la formation :

Identifier les indicateurs agissant sur la marge commerciale :

- ▶ La définition d'une marge commerciale.
- ▶ Les paramètres.
- ▶ Les indicateurs à prendre en compte.

Gestion des Stocks :

- ▶ Le circuit des marchandises.
- ▶ La réception des marchandises.
- ▶ Le circuit des marchandises.
- ▶ L'organisation des réserves.
- ▶ Le stock en réserve et en magasin.
- ▶ Les surstocks.
- ▶ Les ruptures de stocks.
- ▶ La passation de commande.
- ▶ L'inventaire.

Utiliser les méthodes de gestion :

- ▶ Les historiques des ventes.
- ▶ La politique prix.
- ▶ L'image prix.
- ▶ Les relevés de prix.
- ▶ Les indices de cherté.
- ▶ Les alignements de prix.
- ▶ Le calcul du seuil de revente à perte.
- ▶ Les techniques de compensation de marge.
- ▶ Les ratios de productivité.
- ▶ Le cahier d'événements.
- ▶ Les tableaux de bord.

Gérer les promotions :

- ▶ Le poids promotionnel.
- ▶ Le choix des produits.
- ▶ Les têtes de gondole.
- ▶ Le saisonnier.
- ▶ Le fond de rayon.
- ▶ La PLV, l'ILV (Coût et impact).
- ▶ La communication magasin-clients.

Gérer les démarques :

- ▶ La démarque connue.
- ▶ La démarque inconnue.

Méthodes d'intervention :

Apports Théoriques.

Exercices Pratiques.

Simulations de gestion d'activités.

Gérer et Développer la
marge commerciale de
son rayon

GMS47

*Augmenter la vente additionnelle en grande
distribution*

Programme de formation

Public concerné :

Vendeur, Vendeuse, Hôtesse de caisse, tout public en contact avec la clientèle.
Toute personne de l'entreprise recherchant à augmenter le panier moyen client.

Objectifs :

Travailler sur les outils et moyens afin de développer les ventes.

Contenu de la formation :

Le cross selling ou comment vendre des produits complémentaires :

- ▶ Le plan de vente « Cross selling ».

Le up selling ou comment vendre des produits de gamme supérieure :

- ▶ Le plan de vente « Up selling ».

De la fiche technique à l'argumentaire :

- ▶ Quels arguments pour quels besoins ?
- ▶ Choisir (méthode FER) - Classer - Ajuster - Présenter ses arguments.

La réfutation des objections :

- ▶ Comprendre le processus psychologique d'une objection.
- ▶ La dissonance cognitive.
- ▶ De la question à l'objection.
- ▶ Les différentes objections.
- ▶ Sélectionner une méthode de réfutation des objections.

Méthode de l'anticipation, de l'atténuation, du contre-pied, de l'isolement.

Méthode de l'argument récursif, de la division, de l'addition.

Méthode comparative, différentielle, RIRA©.

Conclure :

- ▶ De l'échec au succès.
- ▶ Discerner les signaux d'achat et les freins à la vente.
- ▶ Choisir son style de conclusion.

L'assertivité et l'affirmation de soi.

Qu'est-ce que l'assertivité ?

- ▶ Autodiagnostic de son assertivité.
- ▶ Le contrôle émotionnel.
- ▶ La congruence verbale et non verbale.
- ▶ Les outils de l'assertivité.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices et mises en situations filmées.

*Augmenter la vente
additionnelle en
grande distribution*

GMS44

Programme de formation

Public concerné :
Hôte et Hôtesse de caisse.

Objectifs :
Connaître les différents moyens de lutter contre la démarque inconnue.

Contenu de la formation :

Mettre en évidence l'importance de la démarque inconnue dans la bonne gestion du magasin.

Les différents types de démarque.

Analyser les causes possibles de la démarque inconnue.

Application des procédures.

Les différents moyens de fraudes des clients.

Observer et interpréter le comportement des clients pour éviter le vol.

La caisse (les points d'attention).

Rappels des points de gestion (contrôle des entrées et des sorties magasins).

La surveillance en magasin.

Atelier pratique :

- ▶ Bâtir et mettre en oeuvre des plans d'actions très spécifiques.
- ▶ Mises en situations filmées et analysées.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices.

*Maîtriser la démarque
inconnue*

GMS35

Programme de formation

Devenez un véritable ambassadeur de votre enseigne

Public concerné :

Chef de rayon, chef de caisses, vendeur, hôtesse de caisse, hôtesse d'accueil, employé libre service, agent de sécurité et plus généralement tous les membres du personnel de l'enseigne.

Objectifs :

Connaître son enseigne pour mieux la représenter et relayer une image positive. Adapter son comportement aux engagements de l'enseigne à travers une bonne communication média et une image soignée.

Relayer efficacement les offres magasins : Permanentes et Promotionnelles.

Contribuer au développement des ventes par un comportement d'accueil adapté et fidélisant.

Humaniser efficacement chaque phase de l'encaissement en gérant les profils, les tensions, les dysfonctionnements.

Contenu de la formation :

Améliorer la communication et la Relation Clients :

- ▶ Les règles de base de la communication interpersonnelle.
- ▶ Se synchroniser et être congruent face au client.
- ▶ Le SBAM ++.
- ▶ En caisse : « les mots pour le dire... ».
- ▶ A l'accueil : « les mots pour le dire... ».
- ▶ Les principes du Guide des Bonnes pratiques.
- ▶ Ce qu'attend le client : soyons un peu psychologue.

Définition de l'image dans une enseigne de Vente :

- ▶ Test de personnalité (aimez-vous votre image ? l'estime de soi ...).
- ▶ Relation entre le vecteur communication et l'impact visuel.
- ▶ La force de l'image.
- ▶ Les 3 images.
- ▶ Pyramide de Maslow.

Atelier Colorimétrie :

- ▶ Roue des couleurs.
- ▶ Cercles chromatiques.
- ▶ Apprendre à définir « ses » couleurs en accords avec les couleurs de l'enseigne.
- ▶ Méthode des saisons.
- ▶ Mise en valeur par l'harmonie des couleurs.
- ▶ Symbolique des couleurs.

Morphopsychologie :

- ▶ Visage :
 - Forme : Bien se connaître
 - Symbolique : Savoir en jouer.

Atelier Silhouette et statique :

- ▶ Définir sa Silhouette.
- ▶ Définir son style vestimentaire.
- ▶ Corrections par tissus, couleurs, coupes...
- ▶ Erreurs vestimentaires.
- ▶ Travailler sa posture pour gagner en assurance et offrir un autre accueil.

Atelier Gestuel :

- ▶ Les messages « envoyés » par notre gestuelle.
- ▶ Les gestes qui optimisent notre communication.

Le message Promotionnel :

Devenez un véritable
ambassadeur de votre
enseigne

GMS40

Devenez un véritable ambassadeur de votre enseigne

(suite)

- ▶ Profiter de l'attraction visuelle et du contact pour rester au service :
 - Bien Communiquer grâce à un plan média de vente bien en place.
 - Rebondir sur la conversation engagée pour rappeler les phases promotionnelles.
 - Soigner son verbe aussi bien que son image pour fidéliser.

Résumé et questions.

Méthodes d'intervention :

Sessions animées par un formateur spécialiste de la Grande Distribution.
Apports méthodologiques du formateur sous forme de fiches outils.
Travaux en participatif et échange de savoir faire, tests et auto diagnostics sur le plan média et l'Image.
Études de cas et très nombreuses mises en situation.

*Devenez un véritable
ambassadeur de votre
enseigne*

GMS40

Programme de formation

Public concerné :

Salarié devant intégrer, accompagner et former ses collaborateurs.

Objectifs :

Maîtriser la méthodologie d'accompagnement.

Acquérir des outils de communication, de formation et de transmission des compétences propres à la fonction de tuteur.

Contenu de la formation :

Transmettre les éléments essentiels pour un accueil de qualité.

Méthodes et outils :

- ▶ L'accueil du nouvel arrivant.
- ▶ La définition des besoins et des motivations.
- ▶ Faciliter la découverte positive de l'entreprise.
- ▶ Comprendre l'organisation du magasin.
- ▶ Fixer des objectifs et installer un mode de suivi d'acquisition des connaissances du collaborateur.

La formation et la transmission des connaissances :

- ▶ Les outils de communication adaptés.
- ▶ Les outils de base du formateur interne occasionnel.
- ▶ Les principes de pédagogie.
- ▶ Le rôle de l'affect chez un nouvel arrivant dans la transmission des savoirs.
- ▶ S'appuyer sur la motivation.
- ▶ Les techniques d'accompagnement.
- ▶ La gestion motivationnelle des dysfonctionnements et découragements.

Construire son plan d'action et s'entraîner à le mettre en oeuvre :

- ▶ Élaborer le plan d'action.
- ▶ Définir sa propre méthode de transmission des savoirs.
- ▶ S'entraîner à évaluer les acquis de manière pertinente.

Atelier pratique :

- ▶ Exercices de simulations filmées et analysées.
- ▶ Réflexions et échanges de vécu.

Méthodes d'intervention :

Après avoir appréhendé les enjeux du parrainage, aborder les outils propres à la mission.

Découvrir les méthodes pédagogiques et de communications indispensables à l'acquisition individualisée des savoirs, savoir-faire et savoir-être sous forme didactique, de tests, de simulations analysées et d'exercices.

*Transmission des
compétences*

GMS36

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne travaillant en GMS (Rayon, Ligne de Caisse, Accueil, Administration...).

Objectifs :

Apprendre à bien se positionner.

Travailler une bonne manipulation des produits.

Connaitre les méthodes permettant de réaliser des économies d'efforts.

Savoir effectuer ses tâches de manière polychrone.

Avoir des pistes pour éviter les faux mouvements et les maladies musculo squelettiques.

Contenu de la formation :

Rappel des rôles et missions de son Poste :

- ▶ Analyse du poste, de ses contraintes, de ses risques...
- ▶ Rappel du rôle de chacun (nous sommes toujours en situation d'accueil quelle que soit notre fonction et de la nécessité de bien accueillir même en situation d'effort).
- ▶ Importance de l'image professionnelle de qualité et de sérieux renvoyée.

Ergonomie au travail :

- ▶ Définition et rappel anatomique et pathologique.
- ▶ Données statistiques des différents indicateurs sur les maladies professionnelles.
- ▶ Notion de multi-factorialité.
- ▶ Les règles d'hygiène et de sécurité en milieu de travail, environnement et
- ▶ Gestes et postures en milieu de travail.
- ▶ Les généralités sur la prise en main ou port des produits et principes prévenant les accidents rachidiens.
- ▶ Les recommandations ergonomiques et positions à adopter.
- ▶ Les recommandations dans la vie quotidienne.
- ▶ Adapter ses postures.
- ▶ Adapter ses outils ou son environnement pour gagner en efficacité et en sécurité.

Les principes de sécurité physique et d'économie d'efforts à son poste :

- ▶ Apprendre à manier des produits tout en préservant son corps.
- ▶ Prendre en Compte les spécificités de sa fonction et de son environnement.
- ▶ Principes d'économie d'efforts (en caisse pour prendre et enregistrer des articles successifs, pour la mise en rayon...).
- ▶ Déposer un produit (en bout de caisse ou les ensacher, ou les dépoter...).

Effectuer ses tâches de manière polychrone et adapter son espace et son

- ▶ La monochronie et la polychronie : se connaître dans l'un des deux critères.
- ▶ Mettre en perspective une meilleure maîtrise de son espace et de son temps.

Méthodes d'intervention :

Après analyse du poste et acquisition des apports théoriques, s'entraîner au moyen de simulations reprenant les situations professionnelles.

Évocation de cas pratiques.

Visionnage de supports audio visuels.

*Ergonomie au poste de
Travail en GMS*

GMS54

Méthodologie, Étude et Optimisation des postes de travail en GMS

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne en fonction dans l'entreprise et souhaitant améliorer la productivité et la sécurité au quotidien.

Objectifs :

Assurer le progrès permanent au poste de travail.

Supprimer, grâce à l'organisation, les gestes inutiles, et les opérations sans valeur ajoutée.

Améliorer l'ergonomie et accroître la productivité des postes.

Définir les standards de temps.

Développer la sécurité au quotidien, lutter contre les TMS (Troubles Musculo Squelettiques).

Contenu de la formation :

Améliorer le poste de travail : pourquoi, comment ?

- ▶ Contribuer à la réalisation des objectifs de l'entreprise par l'amélioration des postes de travail.
- ▶ Impliquer les acteurs dans l'analyse et l'amélioration des postes de travail.
- ▶ Autofinancer l'amélioration de l'ergonomie par les gains de productivité.

Outils d'analyse et d'amélioration des postes :

- ▶ Étape d'observation globale sur le terrain et la définition des priorités par le tri ABC.
- ▶ Procéder à l'analyse du travail :
 - La méthode d'analyse matricielle.
 - La chasse aux gaspillages (temps, gestes, marchandise...).
 - Le graphique d'opération.

L'ergonomie au service de la productivité :

- ▶ Connaître les règles d'économie de mouvements et leurs impacts sur les modes opératoires (postures, fréquences, efforts).
- ▶ Intégrer les facteurs environnementaux (stress, autonomie, rythme).
- ▶ Concevoir des postes de travail sans TMS (Troubles Musculo Squelettiques).
- ▶ Optimiser les interfaces homme-outils.

Travailler son projet avec les bons acteurs :

- ▶ Obtenir l'adhésion des opérationnels, en les impliquant dans la démarche d'amélioration.
- ▶ Construire un plan d'action à court et long terme.

Méthodes d'intervention :

Apports Théoriques,

Exercices pratiques et analyse sur poste de travail permettant d'aborder différents points du programme/axes d'amélioration.

Constitution d'un Plan d'Actions Personnelles construit par chacun au cours de la formation.

*Méthodologie, Étude et
Optimisation des postes
de travail en GMS*

GMS46

*La prévention des risques liés à l'activité en
Grande Distribution*

Programme de formation

Public concerné :

Personnel du magasin concerné par la manipulation des charges, des produits ou réalisant des gestes répétitifs.

Le nombre maximum de participants par session sera de huit stagiaires.

Objectifs :

Apprendre à bien connaître son dos et son fonctionnement.

Apprendre à bien se positionner.

Apprendre à bien porter et à protéger la charge manipulée.

Apprendre à bien manipuler les produits.

Contenu de la formation :

Fonctionnement du dos :

- ▶ Le rôle des muscles de la colonne vertébrale.
- ▶ Les principes de sécurité physique et d'économie d'efforts.

Dysfonctionnement du dos :

- ▶ Les aspects particuliers de la physiologie féminine.
- ▶ L'effet « tenaille » sur les disques.
- ▶ Le rôle des nerfs sensitifs.
- ▶ Le lumbago aigu, la sciatique, la hernie discale.

Apprendre à préserver son dos :

- ▶ Les généralités sur les manutentions et principes prévenant les accidents rachidiens.
- ▶ Les Économies d'Efforts et de sécurité pour les manutentions.
- ▶ Le maniement des Produits en Différentes positions (Position Assise, Debout).
- ▶ Les recommandations ergonomiques, positions à adopter.

Décharger et tirer des palettes en toute sécurité.

Apprendre à mettre en Rayon et à Manier des Produits tout en préservant son corps.

Aborder des pistes de réflexion concernant sa Fonction, son Poste, son Rayon pour gagner en efficacité en toute sécurité.

Quelques Astuces pour se préserver tout en gagnant en efficacité dans ses manipulations de charges ou de produits.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques de base.

Apprendre à porter et à protéger sa charge manipulée en reprenant les situations professionnelles des participants.

*La prévention des
risques liés à l'activité
en Grande Distribution*

GMS41

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne en contact avec les denrées alimentaires ou les produits entrant en magasin et plus généralement tout employé de la Grande Distribution.

Objectifs :

Prendre conscience de la notion de responsabilité du personnel et du magasin en matière de Sécurité Sanitaire des aliments.
Connaître le contexte réglementaire et ses implications pour le magasin.
Connaître et respecter les règles d'Hygiène au quotidien.
Comprendre le rôle de l'hygiène dans la sécurité sanitaire des aliments.
Savoir limiter et maîtriser les risques.
Connaître la chaîne du froid.

Contenu de la formation :

La Qualité et Sécurité Sanitaire : Qu'est-ce que c'est, pourquoi ?

- ▶ Définition.
- ▶ Obligations.
- ▶ Objectifs.
- ▶ Risques encourus.

Les principaux services et organes de contrôles :

- ▶ Les Services Vétérinaires.
- ▶ Les services de la DGCCRF.

La réglementation Hygiène pour la Grande Distribution :

- ▶ La notion de la nouvelle approche alimentaire :
 - Moyens.
 - Responsabilités.

La microbiologie alimentaire :

- ▶ Hygiène des aliments.
- ▶ Notions de base sur les micro-organismes :
 - Morphologie.
 - Physiologie.
 - Facteurs de développement.
- ▶ Les principales bactéries dangereuses responsables d'intoxication alimentaires.
- ▶ Distinguer les notions dangers et de risques.
- ▶ Les sources de contamination et les moyens de lutte.

La pratique quotidienne de l'Hygiène :

- ▶ Le port de la tenue, la gestion des gants (ou, quand, comment).
- ▶ Le lavage des mains et son importance.
- ▶ Stockage (Frais et non frais).
- ▶ Préparation et fabrication.
- ▶ Nettoyage- Désinfection.
- ▶ Mise en rayon, merchandising et Vente (ne pas briser la chaîne).

Réception Produits et Chaîne du froid :

- ▶ Définition de la chaîne du froid.
- ▶ Températures réglementaires.
- ▶ Maîtrise du froid : matériel et moyen.
- ▶ Les enregistrements de température.
- ▶ Les températures de transport et de conservation.
- ▶ Les conséquences de la rupture de la chaîne du froid.
- ▶ Comprendre et connaître les règles d'hygiène relatives au transport et au stockage des produits frais.
- ▶ La règle des 30 minutes.

Le nettoyage et la désinfection :

Hygiène et qualité en
Grande Distribution

GMS32

Programme de formation

(suite)

- ▶ Les points importants pour un nettoyage et une désinfection optimale.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques illustrés.
Vidéo projection et documents
pédagogiques.
Exercices et échanges entre les stagiaires
et le formateur.

*Hygiène et qualité en
Grande Distribution*

GMS32

Réglementation, Hygiène et Process aux Rayons Frais

Programme de formation

Public concerné :
Responsable de Rayon Frais.

Objectifs :

Connaître et appliquer la réglementation relative aux produits frais.
Identifier les services officiels et leurs domaines d'intervention.
Assurer la qualité d'affichage en adéquation avec la législation.
Intervenir sur le rayon en cas de problèmes de qualité marchande, de balance, de conditionnement...

Contenu de la formation :

Hygiène et Règlementation :

Connaître les dispositions réglementant l'hygiène en rayon :

- ▶ Les Organismes de contrôles.
- ▶ Les Organismes publics
- ▶ Les services privés.
- ▶ Procédure d'intervention.

Les lois, les décrets et règlements :

- ▶ Principales réglementations.
- ▶ L'Arrêté du 9 mai 1995.
- ▶ Principaux tests.

Les produits normalisés :

- ▶ La normalisation.

Les AOC et labels.

L'étiquetage :

- ▶ Test de l'ardoise.
- ▶ Les obligations légales : mentions obligatoires et facultatives.
- ▶ OGM, allergènes...
- ▶ Indications de poids, de prix...

Hygiène et qualité marchande :

- ▶ Les principes de bases en Bactériologie : Bonnes pratiques de bases en hygiène.
- ▶ Connaître les dispositions réglementaires et législatives majeures par rayon.
- ▶ Connaître les bonnes pratiques de rayon dans les lieux de stockage : frigo, stocks, rayon.
- ▶ La Marche en avant.
- ▶ DLC, PEPS, Rotation des stocks.
- ▶ Les règles inhérentes au matériel.
- ▶ Le plan HACCP.
- ▶ Traçabilité.

Gestion du rayon :

Savoir implanter son rayon :

- ▶ Connaître les plans d'implantation type par saisonnalité.
- ▶ Check-list et grille de contrôle.
- ▶ Les plannings types.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices pratiques.

*Réglementation,
Hygiène et Process
aux Rayons Frais*

GMS45

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial, responsable de rayon, de secteur et plus généralement l'ensemble des salariés du magasin.

Objectifs :

Auditer le magasin afin d'obtenir des axes d'amélioration visant à :
Améliorer la mise en vente des produits.
Améliorer la gestion des assortiments.
Respecter les règles d'implantations spécifiques.
Développer une image de marque positive.
Être capable de répondre aux attentes de la clientèle.
Maîtriser les techniques de vente et de conseils.
Appliquer les règles fondamentales concernant l'hygiène et la sécurité.

Contenu de la formation :

L'assortiment et le choix des produits :

- ▶ La Zone de chalandise.
- ▶ Démarcation face à la concurrence.
- ▶ La saisonnalité.
- ▶ La régionalisation.

Les principales familles de produits :

- ▶ Spécificités et réglementations.
- ▶ Conditionnements et dates limites de consommation.
- ▶ Autres produits.

L'implantation :

- ▶ Sens de circulation.
- ▶ Utilisation des niveaux.

Les techniques de vente et l'animation :

- ▶ L'image de marque.
- ▶ Les attentes de la clientèle.
- ▶ L'impact visuel du rayon.
- ▶ La qualité marchande.
- ▶ Les niveaux de prix par rapport à la concurrence.
- ▶ Les arguments et les phrases types de la vente.
- ▶ Les ventes complémentaires et les conseils de consommation.
- ▶ La prise de congé.
- ▶ Les promotions.

La pratique quotidienne de l'Hygiène :

- ▶ Le port de la tenue, la gestion des gants (ou, quand, comment).
- ▶ Le lavage des mains et son importance.
- ▶ Stockage (Frais et non frais).
- ▶ Préparation et fabrication.
- ▶ Nettoyage- Désinfection.
- ▶ Mise en rayon, merchandising et Vente (ne pas briser la chaîne).

Réception Produits et Chaîne du froid :

- ▶ Définition de la chaîne du froid.
- ▶ Températures réglementaires.
- ▶ Maîtrise du froid : matériel et moyen.
- ▶ Les enregistrements de température.
- ▶ Les températures de transport et de conservation.
- ▶ Les conséquences de la rupture de la chaîne du froid.
- ▶ Comprendre et connaître les règles d'hygiène relatives au transport et au stockage des produits frais.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices pratiques.
Compte Rendu par rayon ou secteur du magasin.

*Auditez votre
Magasin*

GMS42

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne débutante au Drive dans une enseigne de la GMS.

Objectifs :

Maîtriser les axes métiers fondamentaux du Drive.

Revenir sur la méthodologie et les Process Qualité du Métier.

Harmoniser les pratiques pour gagner en efficacité.

Contenu de la formation :

Le Drive Mode d'Emploi :

- ▶ Le Drive en France aujourd'hui, un peu de Culture métier:
 - Quelle Place et quels acheteurs?
 - Part de Marché et développement à venir.
 - Forces et Faiblesses.
 - La Concurrence.

Une Mécanique à toute épreuve :

- ▶ Préparation et conditionnement les commandes des clients:
 - Méthodologie, quoi faire, dans quel ordre.
 - Prise de connaissance de la Commande, Réflexion, Mise en action.
- ▶ Le maintien de la garantie de la qualité et de la fraîcheur maximum des produits livrés :
 - Le Contrôle, un Impératif.
 - Se conformer aux normes d'hygiène, traçabilité et sanitaires.
 - Respecter les procédures de sécurité.
- ▶ A chaque Drive son Organisation et sa réactivité :
 - Les trois grand type de Drive : L'entrepôt accolé, Le drive Solo, Le picking magasin.
- ▶ Traitement rapide des commandes clients.
- ▶ Connaissance du dispatching Produit
- ▶ Maîtrise des consignes données par son hiérarchique.
- ▶ Esprit d'équipe (feedbacks et échanges) :
- ▶ Alerte sur stocks produits, Référencements et actions de Promotion.
- ▶ Préparer son chariot :
 - Respect des bonnes pratiques,
 - Fidéliser et satisfaire son Client (Packaging non détérioré, mise en glacière...).

Drive et Relation Client :

- ▶ Accueil du client.
 - Les grande règles de l'Accueil Client.
 - 2 Minutes pour réussir.
 - Présenter la commande Oralement.
 - Chargement du coffre de manière stratégique.
 - Prendre Congé.
 - Retour au Poste et revenir en énergie.

Méthodes d'intervention :

Apports Théoriques et Exercices Pratiques.

Formation pour
Assistant au Drive

GMS43

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon, vendeur, futur employé.

Objectifs :

Apporter aux participants le maximum d'informations sur les produits.

Leur apprendre à distinguer les différentes familles de produits pour respecter les implantations.

Mieux comprendre les phénomènes d'assortiments et de saisonnalité des produits.

Identifier les produits de base de l'assortiment, les produits complémentaires et leur présence sur le rayon.

Déceler les anomalies d'un assortiment.

Contrôler avec des outils spécifiques.

Contenu de la formation :

Le circuit de distribution :

- ▶ Principaux opérateurs.
- ▶ Coûts de distribution.

Les produits :

- ▶ Différentes familles.
- ▶ Fiches techniques.

Le cycle de vie des produits :

- ▶ Courbe de vie des fruits et légumes.

L'assortiment :

- ▶ Composition.
- ▶ Largeur et profondeur.
- ▶ Equilibre.
- ▶ Calendrier mensuel.

Exercices pratiques :

- ▶ Diagnostic assortiment.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

*Fruits et légumes :
Approvisionnements*

GMS11

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon, vendeur.

Objectifs :

Connaître et appliquer la réglementation relative aux fruits et légumes.

Identifier les services officiels et leurs domaines d'intervention.

Assurer la qualité d'affichage en adéquation avec la législation.

Intervenir sur le rayon en cas de problèmes de qualité marchande, de balance, de conditionnement.

Contenu de la formation :

Les services officiels :

- ▶ Rôles, prérogatives et responsabilités.
- ▶ Procédure d'intervention.

Les lois, les décrets et règlements :

- ▶ Principales réglementations.
- ▶ Principaux tests.

Les produits normalisés :

- ▶ La normalisation.

Les AOC et labels.

L'étiquetage :

- ▶ Test de l'ardoise.
- ▶ Les obligations légales.

La pesée.

Hygiène et qualité marchande.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

*Fruits et légumes :
Réglementation et
hygiène*

GMS13

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon, vendeur.

Objectifs :

Sensibilisation à l'importance du rayon vis-à-vis du consommateur, de l'image de marque et des résultats du magasin.

Le rayon fruits et légumes étant une véritable locomotive, faire prendre conscience de l'importance de la maîtrise du rayon.

Mieux comprendre les attentes des consommateurs en matière d'achats de fruits et légumes.

Contenu de la formation :

Le poids du rayon :

- ▶ Les chiffres clés.
- ▶ Aspect économique.

Les attentes des consommateurs :

- ▶ La notion d'image de marque.
- ▶ Le client, premier patron.
- ▶ Fréquence d'achat en fruits et légumes.
- ▶ Sensibilité des clients au rayon.
- ▶ Comparatif fruits et légumes/surgelés.

Les parts de marché :

- ▶ Selon les circuits de distribution.
- ▶ Synthèse.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

*Fruits et légumes :
Économie*

GMS10

Fruits et légumes : Conduite et animation du rayon

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon, vendeur.

Objectifs :

Apprendre à utiliser et à exploiter les techniques de présentation des produits.
Bien connaître les techniques spécifiques aux principaux produits.

S'entraîner à l'utilisation du cadencier afin de maîtriser toutes les possibilités.

Lutter contre les pertes et les ruptures dues aux mauvaises commandes.

Comprendre le but de la promotion des ventes et maîtriser les techniques de mise en avant.

Evaluer ses points forts et ses points faibles en matière d'accueil des clients.

Contenu de la formation :

Les techniques de présentation.

Les grands principes du merchandising :

- ▶ Définition générale.
- ▶ Applications sur le rayon.
- ▶ Diagnostic.

La gestion des produits :

- ▶ Le cadencier.
- ▶ La rotation des stocks.

La promotion des ventes :

- ▶ Objectifs et moyens.
- ▶ Suivi des promotions.

Les techniques de mise en avant :

- ▶ L'ambiance générale du rayon.
- ▶ Diagnostic.
- ▶ Aménagement.

La qualité d'accueil et de conseil :

- ▶ Auto diagnostic de l'accueil actif.
- ▶ Assistance à la vente.

La réalisation d'affiches.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

*Fruits et légumes :
Conduite et animation
du rayon*

GMS12

*Charcuterie/Traiteur : Connaissance produits,
approvisionnement, commande et assortiment*

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon « charcuterie/traiteur ».

Objectifs :

Apporter une meilleure connaissance des produits pour optimiser les résultats du rayon.

Respecter les classifications au vu des implantations.

Apporter aux stagiaires les connaissances leur permettant d'optimiser leurs assortiments et de maîtriser leurs commandes.

Contenu de la formation :

Connaissance des produits :

- ▶ Les différentes familles cru/cuit/salé.
- ▶ Produits de base dans chaque famille.
- ▶ Origine des produits.
- ▶ La filière.
- ▶ Les produits de fin d'année.

Le marché : consommation/évolution/habitudes régionales.

La qualité :

- ▶ Dates, sous vides.
- ▶ Appellations, labels.
- ▶ Pré tranchage.
- ▶ Techniques de coupes.

La notion de gamme et d'assortiment :

- ▶ Equilibre.
- ▶ Cohérence.
- ▶ Adéquation à la clientèle.
- ▶ Référencement.

Les approvisionnements :

- ▶ Connaissance de la filière.
- ▶ Notions sur les stocks.
- ▶ La réception des marchandises.
- ▶ Les contrôles.
- ▶ La rotation du stock.
- ▶ Les conditions de stockage et de conservation.

Les commandes :

- ▶ Les comptages et le calcul des ventes.
- ▶ L'élaboration de la commande.
- ▶ Surstocks et ruptures.
- ▶ Les pertes.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

*Charcuterie/Traiteur :
Connaissance produits,
approvisionnement,
commande et assortiment*

GMS14

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon « charcuterie / traiteur ».

Objectifs :

Savoir mettre en valeur les produits lors de l'implantation.
Savoir animer ses ventes par la présentation et le conseil.

Contenu de la formation :

La présentation du rayon :

- ▶ La présentation du rayon.
- ▶ Le plan d'implantation et la vie du produit.
- ▶ La mise en rayon des produits.
- ▶ L'étiquetage des produits
- ▶ Soigner l'attractivité des produits.
- ▶ Solliciter l'imaginaire.
- ▶ Renforcer l'impact de son image de marque.
- ▶ Sélectionner les produits adaptés aux besoins du client.
- ▶ Simplifier l'acte d'achat par une présentation/offre claire.

Le suivi du rayon :

- ▶ Les contrôles dans la journée.
- ▶ L'entretien du matériel et du rangement.
- ▶ Les instruments de travail.
- ▶ Le travail du soir.

L'animation du rayon :

- ▶ La mise en avant des produits.
- ▶ Le suivi des promotions.
- ▶ Les conseils à la vente :
 - L'écoute active.
 - Comprendre le temps consacré par le client.
 - Découvrir les vrais besoins du client.
 - Les fiches consommateurs.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques et sensibilisation par des simulations filmées et analysées.
Exercices pratiques.
Echanges d'expériences.

*Charcuterie/Traiteur :
Présentation, implantation
des produits et techniques
d'animation*

GMS16

*Charcuterie/Traiteur : Présentation,
implantation des produits et techniques
d'animation*

*Charcuterie/Traiteur : Hygiène, Réglementation,
Sécurité*

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon « charcuterie/traiteur ».

Objectifs :

Connaître et respecter les règles d'hygiène.
Connaître et appliquer la réglementation.
Respecter les règles de sécurité.

Contenu de la formation :

Règles générales d'hygiène des produits frais :

- ▶ Le nettoyage et la désinfection.
- ▶ La manipulation des produits.
- ▶ Le rangement des chambres froides.
- ▶ L'hygiène du personnel.
- ▶ L'hygiène du matériel.
- ▶ L'hygiène des locaux.

Applications spécifiques :

- ▶ La durée de vie des produits à la vente.
- ▶ Les DLV, DLUO, etc, ...
- ▶ Les critères de fraîcheur.

La sécurité :

- ▶ Règles à respecter et à faire respecter.

La réglementation des ventes :

- ▶ Service de contrôle.
- ▶ Les balances.
- ▶ Législation des ventes.

La grille diagnostic d'hygiène.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices pratiques.

*Charcuterie/Traiteur :
Hygiène, Réglementation,
Sécurité*

GMS17

Surgelés/Glaces : Optimiser le rayon surgelés et glaces en libre service

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon, vendeur.

Objectifs :

Apporter une meilleure connaissance des produits pour optimiser les résultats du rayon.

Respecter les classifications au vu des implantations.

Apporter aux stagiaires les connaissances leur permettant d'optimiser leurs assortiments et de maîtriser leurs commandes.

Contenu de la formation :

Histoire et technologie des produits :

- ▶ Origine et évolution.
- ▶ Les différentes techniques de surgélation.
- ▶ La chaîne du froid.

Économie des produits surgelés :

- ▶ Évolution de la consommation.
- ▶ Connaissance du marché.
- ▶ Les familles de produits.

Commercialisation des produits :

- ▶ Répartition des CA, des familles de surgelés, congelés, glaces.
- ▶ Les attentes des consommateurs.
- ▶ L'implantation des produits.
- ▶ Assortiment et collections.
- ▶ Tendances saisonnières.

Diagnostic rayon :

- ▶ Étude de linéaires surgelés ou glaces.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

*Surgelés/Glaces :
Optimiser le rayon
surgelés et glaces en libre
service*

GMS18

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon « marée ».

Objectifs :

Découvrir et reconnaître les produits.
Distinguer les différentes familles.
Respecter les classifications.
Maîtriser la gestion des produits.
Savoir contrôler les arrivages.
Savoir monter un rayon.
Savoir préparer les produits.

Contenu de la formation :

La filière de la marée :

- ▶ Les types et méthodes de pêche.
- ▶ La criée, l'acheminement des produits.
- ▶ Les principaux ports français.
- ▶ Les importations.
- ▶ La structure de la consommation.
- ▶ La saisonnalité.
- ▶ Les indices de consommation.

Le marché des espèces :

- ▶ Les grandes familles de poissons de mer, de poissons d'eau douce.
- ▶ Les grandes familles de crustacés, de coquillages.
- ▶ Les gastéropodes et céphalopodes.

La réception des produits :

- ▶ La réception de la marchandise.
- ▶ Contrôle qualitatif et quantitatif.
- ▶ Le glaçage à l'arrivage.

La présentation du rayon :

- ▶ Le glaçage du rayon.
- ▶ L'examen de la resserre.
- ▶ Le plan d'implantation.
- ▶ La mise en rayon.
- ▶ L'étiquetage.

Le suivi du rayon :

- ▶ Les contrôles de la journée.
- ▶ Entretien du matériel et le rangement.
- ▶ Les instruments de travail.
- ▶ Le travail du soir.

La préparation des produits :

- ▶ Dépouillage, pelage, éviscération, décapitage, étêtage, écaillage, grattage, filetage, désaretage.
- ▶ Darnes, filets, rôtis, médaillons.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices pratiques.
Analyses et découvertes du terrain.

*Marée : La
connaissance et le
travail des produits*

GMS19

Marée : La qualité d'accueil, l'animation, les techniques de vente et l'implantation des produits

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon « marée ».

Objectifs :

Développer une image de marque positive.
Savoir animer ses ventes par la présence et le conseil.
Etre capable de répondre aux attentes de la clientèle.
Maîtriser les techniques de vente et le conseil.
Savoir mettre en valeur les produits lors de l'implantation.

Contenu de la formation :

L'image de marque.

Les attentes de la clientèle.

L'impact visuel du rayon.

La qualité marchande.

Les niveaux de prix face à la concurrence.

Les arguments de vente.

Les phrases types de la vente.

Les ventes complémentaires.

Les conseils de consommation :

- ▶ Valeur nutritionnelle, portions, mode et temps de cuisson.
- ▶ Les plateaux de fruits de mer.

La prise de congés.

L'impact visuel et l'image de marque personnelle.

Vocabulaire de vente et courtoisie.

Le comportement au poste.

La présentation du rayon :

- ▶ Le glaçage du rayon.
- ▶ L'examen de la resserre.
- ▶ La présentation du rayon.
- ▶ Le plan d'implantation/La mise en rayon.
- ▶ L'étiquetage des produits.

Le suivi du rayon :

- ▶ Les contrôles dans la journée.
- ▶ Entretien du matériel et rangement.
- ▶ Les instruments de travail.
- ▶ Le travail du soir.

L'animation du rayon :

- ▶ La mise en avant des produits.
- ▶ Le suivi des promotions/L'incidence des promotions.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

*Marée : La qualité d'accueil,
l'animation, les techniques de
vente et l'implantation des
produits*

GMS20

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon « marée ».

Objectifs :

Maîtriser la gestion des produits.
Connaître et appliquer la réglementation.
Maîtriser la démarque.

Contenu de la formation :

Règles générales d'hygiène des produits frais :

- ▶ Le nettoyage et la désinfection.
- ▶ La manipulation des produits.
- ▶ Le rangement des chambres froides.
- ▶ L'hygiène du personnel.
- ▶ L'hygiène du matériel.
- ▶ L'hygiène des locaux.

Applications spécifiques :

- ▶ La durée de vie des produits à la vente.
- ▶ Les étiquettes de salubrité.
- ▶ Les critères de salubrité.
- ▶ Les critères de fraîcheur.
- ▶ Grilles de contrôle.

La sécurité :

- ▶ Règles à respecter et à faire respecter.
- ▶ La démarque.
- ▶ Points clés à contrôler.
- ▶ Les tests de rendements.
- ▶ Les pertes.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices pratiques.

*Marée : Hygiène,
réglementation et
démarque*

GMS21

*Crèmerie : Le travail et la connaissance des
produits*

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon « crèmerie ».

Objectifs :

Découvrir et reconnaître les produits.

Distinguer les différentes familles.

Respecter les classifications.

Maîtriser les techniques de découpe des produits afin d'optimiser les résultats.

Contenu de la formation :

Connaissance des produits.

Les familles de produits et leur technologie :

- ▶ Le lait.
- ▶ Les fromages.
- ▶ Les yaourts et ultra frais.
- ▶ Les corps gras.
- ▶ Les oeufs.
- ▶ Les allégés.
- ▶ Les bios.
- ▶ Les différentes sous familles.

Le marché :

- ▶ Segmentation.
- ▶ Consommation.
- ▶ Evolution.
- ▶ Organisation de la filière.
- ▶ Labels et appellations.
- ▶ Rotation des marchandises.
- ▶ Flux marchandises.
- ▶ Commandes.
- ▶ Réception des produits.
- ▶ Contrôles.
- ▶ Suivi de la casse.

Le matériel :

- ▶ Couteaux, outils, ...
- ▶ Rappel des règles d'hygiène et de sécurité.

Les techniques de découpe selon les types de fromages.

Analyse des pertes.

Suivi des rayons.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

*Crèmerie : Le travail et
la connaissance des
produits*

GMS22

*Crèmerie : La qualité du service, la présentation,
les animations et techniques de vente*

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon « crèmerie ».

Objectifs :

Savoir mettre en valeur les produits lors de l'implantation.

Savoir animer ses ventes par la présentation et le conseil.

Développer une image de marque positive.

Etre capable de répondre aux attentes de la clientèle.

Maîtriser les techniques de ventes.

Contenu de la formation :

Les techniques de vente :

- ▶ L'image de marque.
- ▶ Les attentes de la clientèle.
- ▶ L'impact visuel du rayon.
- ▶ La qualité de la marchandise.
- ▶ Les niveaux de prix par rapport à la concurrence.
- ▶ Les arguments de vente.
- ▶ Les phrases types de la vente.
- ▶ Les ventes complémentaires.
- ▶ Les conseils de consommation.
- ▶ La prise de congé.
- ▶ L'impact visuel et l'image personnelle.
- ▶ Le vocabulaire de vente et de courtoisie.
- ▶ Le comportement attendu au poste.

La présentation du rayon :

- ▶ L'examen de la resserre.
- ▶ La présentation du rayon.
- ▶ Le plan d'implantation.
- ▶ La mise en rayon et l'étiquetage des produits.
- ▶ Le suivi du rayon.
- ▶ Les contrôles de la journée.
- ▶ L'entretien du matériel.
- ▶ Les instruments de travail.
- ▶ Le travail du soir.

L'animation du rayon :

- ▶ La mise en avant des produits.
- ▶ Le suivi des promotions.
- ▶ Les conseils à la vente.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

*Crèmerie : La qualité du
service, la présentation,
les animations et
techniques de vente*

GMS23

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon « crèmerie ».

Objectifs :

Connaître et respecter les règles d'hygiène.

Connaître et appliquer la réglementation.

Respecter les règles de sécurité.

Définir une charte qualité.

Contenu de la formation :

Règles générales d'hygiène des produits frais :

- ▶ Le nettoyage et la désinfection.
- ▶ La manipulation des produits.
- ▶ Le rangement des chambres froides.
- ▶ L'hygiène du personnel.
- ▶ L'hygiène du matériel.
- ▶ L'hygiène des locaux.

Applications spécifiques :

- ▶ La durée de vie des produits à la vente.
- ▶ Les DLV, DLUO, etc.
- ▶ Les critères de fraîcheur.
- ▶ La sécurité.
- ▶ Règles à respecter et à faire respecter.

La réglementation des ventes :

- ▶ Service de contrôles.
- ▶ Les balances.
- ▶ Législation des ventes.

La charte « qualité ».

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

*Crèmerie : Hygiène,
réglementation et
démarque*

GMS24

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon « boucherie/volaille ».

Objectifs :

Sensibiliser les participants au respect des règles élémentaires d'hygiène.

Appliquer la réglementation.

Ancrer une qualité produite.

Contenu de la formation :

Les principes d'hygiène alimentaire.

Réglementation (poids, étiquette, DLV).

La conservation des produits.

La chaîne du froid.

Les textes réglementaires appliqués.

Analyse diagnostic terrain.

Objectifs et engagements.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

*Boucherie/Volaille :
Hygiène et
réglementation*

GMS25

Boucherie/Volaille : La qualité de service et le merchandising

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon « boucherie/volaille ».

Objectifs :

Améliorer la mise en vente des produits.
Améliorer la gestion de son assortiment.
Respecter les règles d'implantations spécifiques.
Développer une image de marque positive.
Être capable de répondre aux attentes de la clientèle.
Maîtriser les techniques de vente et de conseils.

Contenu de la formation :

L'assortiment et le choix des produits :

- ▶ La zone de chalandise, la concurrence.
- ▶ La saisonnalité.
- ▶ La régionalisation.

Les principales familles :

- ▶ Boeuf/Veau/Porc/Mouton/Abats.
- ▶ Gros conditionnements.
- ▶ Autres produits.

L'implantation :

- ▶ Sens de circulation.
- ▶ Utilisation des niveaux.

Les techniques de vente et l'animation :

- ▶ L'image de marque.
- ▶ Les attentes de la clientèle.
- ▶ L'impact visuel du rayon.
- ▶ La qualité marchande.
- ▶ Les niveaux de prix par rapport à la concurrence.
- ▶ Les arguments de vente.
- ▶ Les phrases types de la vente.
- ▶ Les ventes complémentaires.
- ▶ Les conseils de consommation.
- ▶ La prise de congé.
- ▶ L'impact visuel et l'image personnelle.
- ▶ Le vocabulaire de vente et de courtoisie.
- ▶ Le comportement attendu au poste.
- ▶ Les promotions.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices pratiques.

*Boucherie/Volaille : La
qualité de service et le
merchandising*

GMS26

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon « boulangerie/pâtisserie ».

Objectifs :

Sensibiliser les participants au respect des règles élémentaires d'hygiène.

Appliquer la réglementation.

Ancrer une qualité « produit ».

Contenu de la formation :

Les principes d'hygiène alimentaire :

- ▶ Réglementation (poids, étiquette de composition, DLV).
- ▶ Règles sanitaires.

La conservation des produits :

- ▶ La chaîne du froid.
- ▶ Le principe du point chaud.
- ▶ Analyse diagnostic terrain.
- ▶ Analyse des recettes.
- ▶ Recettes et ingrédients.
- ▶ Risques existants.
- ▶ Objectifs et engagements personnels.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

*Boulangerie/Pâtisserie
: Hygiène et
réglementation*

GMS27

*Boulangerie/Pâtisserie : Hygiène et
réglementation*

Boulangerie/Pâtisserie : Qualité de service et merchandising

Programme de formation

Public concerné :

Employé commercial et responsable du rayon « boulangerie/pâtisserie ».

Objectifs :

Améliorer la mise en vente des produits.
Améliorer la gestion de son assortiment.
Respecter les règles d'implantation spécifique.
Développer une image de marque positive.
Être capable de répondre aux attentes de la clientèle.
Maîtriser les techniques de vente et le conseil.

Contenu de la formation :

L'assortiment et le choix des produits :

- ▶ La zone de chalandise, la concurrence.
- ▶ La saisonnalité.
- ▶ La régionalisation.

Les principales familles :

- ▶ Pains.
- ▶ Viennoiserie.
- ▶ Pâtisserie.

Les approvisionnements : la gestion des stocks.

L'implantation :

- ▶ Boîtage, taille, composition.
- ▶ Utilisation des niveaux.

Les techniques de vente et l'animation :

- ▶ L'image de marque.
- ▶ Les attentes de la clientèle.
- ▶ L'impact visuel du rayon.
- ▶ La qualité marchande.
- ▶ Les niveaux de prix par rapport à la concurrence.
- ▶ Les arguments de vente.
- ▶ Les phrases de la vente.
- ▶ Les ventes complémentaires.
- ▶ Les conseils de consommation.
- ▶ La prise de congé.
- ▶ L'impact visuel et l'image personnelle.
- ▶ Le vocabulaire de vente et de courtoisie.
- ▶ Le comportement attendu au poste.
- ▶ Les promotions.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices pratiques.

*Boulangerie/Pâtisserie
: Qualité de service et
merchandising*

GMS28

*Bricolage et jardinage : La connaissance du
secteur professionnel et des produits du bricolage*

Programme de formation

Public concerné :
Employé commercial.

Objectifs :

Connaître le marché.
Etre capable de gérer le secteur bricolage.
Etre capable d'informer les clients et de vendre les produits de bricolage.

Contenu de la formation :

Evolution de la consommation.

Les différentes familles de produits :

- ▶ Evolution.
- ▶ Composition.
- ▶ Sous famille.
- ▶ Parts de marchés.

Présentation technique :

- ▶ Présentation des fiches.
- ▶ Technique d'aide à la vente.

Implantation du point de vente :

- ▶ Cas bricolo.
- ▶ Zone de chalandise.
- ▶ Concurrence.
- ▶ Clientèle.

Les fiches techniques :

- ▶ Bricolage et quincaillerie.
- ▶ Electricité plomberie.
- ▶ Isolation aération.
- ▶ Peintures et revêtements.
- ▶ Maçonnerie.
- ▶ Menuiserie.
- ▶ Jardinage.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices pratiques.

*Bricolage et jardinage :
La connaissance du
secteur professionnel et
des produits du bricolage*

GMS30

Bricolage et jardinage : Techniques de vente et merchandising

Programme de formation

Public concerné :
Employé commercial.

Objectifs :

Etre capable de donner un conseil en fonction d'une situation particulière.
Etre capable d'estimer une vente potentielle en fonction de la saisonnalité du produit.

Etre capable de valoriser le point de vente afin de provoquer l'achat.

Contenu de la formation :

Introduction :

- ▶ L'évolution du marché.
- ▶ Les modes.
- ▶ Les différents types de clientèle.

Choix des variétés et saisonnalités :

- ▶ Plantes ornementales d'extérieur :
 - Arbres en container.
 - Arbustes à racines nues.
- ▶ Plantes vivaces :
 - Annuelles.
 - Bisannuelles.
- ▶ Plantes d'ornementales d'intérieur :
 - Plantes vertes, fleuries, grasses, cactées, bonzaï.
- ▶ Plantes fruitiers :
 - Tiges en container, à racines nues.
 - Demi – tiges.
 - Scions.
 - Les plançons.
- ▶ Les fleurs coupées.

Notions d'espace :

- ▶ D'équilibre.
- ▶ De couleurs.
- ▶ De forme.

Les distances de plantation.

Les différents types de terrains.

Le travail du sol.

Les systèmes d'arrosage :

- ▶ Automatique.
- ▶ Semi automatique.
- ▶ Les différentes techniques d'arrosage.
- ▶ La fréquence d'arrosage.

Engrais et fumures.

Les traitements phytosanitaires :

- ▶ Les herbicides.
- ▶ Les fongicides.
- ▶ Les insecticides.

Le circuit de la production à la distribution.

La gestion du rayon :

- ▶ Les produits frais.
- ▶ Les produits semi frais.

*Bricolage et jardinage :
Techniques de vente et
merchandising*

GMS31

Bricolage et jardinage : Techniques de vente et merchandising

Programme de formation

(suite)

- ▶ Les produits de longue conservation.

Le merchandising :

- ▶ Présentation des produits.
- ▶ Choix des emplacements des rayons.
- ▶ Environnement du produit.
- ▶ Action promotionnelle.
- ▶ Valorisation d'un produit nouveau.

Les techniques de ventes.

Méthodes d'intervention :

- Apports théoriques.
- Exercices pratiques.

*Bricolage et jardinage :
Techniques de vente et
merchandising*

GMS31

*Produits de grande consommation : Initiation à
la gestion des rayons PGC*

Programme de formation

Public concerné :
Employé commercial.

Objectifs :
Maîtriser et développer les rayons PGC.

Contenu de la formation :

Composition du rayon PGC :

- ▶ L'alimentation et l'épicerie/les liquides/les DPH (droguerie parfumerie et hygiène).

Représentation du secteur PGC au sein du magasin :

- ▶ Situation du secteur PGC/situation des rayons du secteur PGC.

Le secteur PGC en grande surface et la concurrence : en épicerie/en liquide/en DPH.

La gestion du secteur PGC :

- ▶ L'alimentaire/épicerie : le merchandising et le linéaire au sol.
- ▶ Les liquides : le merchandising, le linéaire au sol et le merchandising des vins.
- ▶ Le DPH : le merchandising et le linéaire au sol.
- ▶ Les sources d'approvisionnement :
 - La centrale.
 - Les fournisseurs.
- ▶ L'histoire et les techniques de suivi de commandes :
 - Le calendrier.
 - Le stock.
 - Les ventes.
 - Le cahier de démarque.
 - La casse.
 - Les DLV.
- ▶ Le stockage du PGC :
 - Réception.
 - Mise en réserve.
 - L'inventaire.
 - La démarque connue et inconnue.

Le merchandising :

- ▶ Les études de marché.
- ▶ L'implantation marchande des produits.
- ▶ Le facing.
- ▶ Suppression des points froids des linéaires.
- ▶ Implantation verticale et horizontale des produits.
- ▶ L'étiquetage.

Le balisage du rayon.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices pratiques.

*Produits de grande
consommation : Initiation
à la gestion des rayons
PGC*

GMS29

Programme de formation

Public concerné :
Equipe du Drive en GMS.

Objectifs :

Honorer la promesse de rapidité.
Honorer la promesse d'exactitude des commandes.
Offrir un service de Qualité au Drive en un temps réduit.
Gérer les plaintes des clients.
Assurer un Accueil fidélisant et instituer une relation durable avec les clients.

Contenu de la formation :

Accueillir le client dans un drive :

- ▶ L'environnement du drive : l'importance de la propreté.
- ▶ SBAM et rapidité.
- ▶ Attitude et posture dynamique.
- ▶ Communication au drive entre les différents postes.

Service :

- ▶ La préparation en amont - la gestion du temps et des priorités.
- ▶ La vérification des commandes : astuces et outils.
- ▶ La gestion des produits manquants.

« 30 secondes pour séduire » :

- ▶ Un discours court mais efficace.
- ▶ Les petites attentions qui font la différence.
- ▶ La gestion de l'accueil client et le Picking.

PLV et communication.

La gestion des stocks et le contrôle opérationnel :

- ▶ Rangement quotidien et rangement au fur et à mesure.
- ▶ Rapidité et stress : la route vers le conflit.
- ▶ Les différentes sources de conflits au drive.
- ▶ Mieux comprendre le client Drive.
- ▶ Comment gérer les Rushs ?
- ▶ Gérer les situations de circulation et la sécurité sur les voies de circulation.

Conclure efficacement : Un des clés de la fidélisation.

Méthodes d'intervention :

Apports Théoriques et Exercices pratiques.

*Accueil et relation
client au Drive*

GMS50

Programme de formation

Public concerné :

Responsable Drive, de Magasin souhaitant accroître les performances de leur Drive.

Objectifs :

Mieux comprendre les attentes clients du Drive.
Les spécificités du Drive et la notion de rapidité vis-à-vis du client.
Le management des équipes Drive, les priorités et faire passer les messages.
Se positionner en tant que Leader-Manager face à ses équipes.
Pistes et outils de l'optimisation d'un Drive.
Faire grandir son équipe Drive :
o Le profil du Driver.
o Les outils du Driver.
o Le Comportement du Driver (avant et après le face à face client).
Les points de contrôle, les procédures incontournables et de la relation client au drive.

Contenu de la formation :

Les attentes clients et le rôle du responsable drive face à ses équipes.

Ce que le Responsable Drive doit attendre de ses équipes :

- ▶ Les points de contrôle et de vigilance.
- ▶ Le brief et debrief.
- ▶ Le contrôle opérationnel.

Accueillir le client dans un drive :

- ▶ L'environnement du drive : propreté.
- ▶ SBAM et rapidité.
- ▶ Attitude et posture dynamique.
- ▶ Communication au drive entre les différents postes.
- ▶ « 30 secondes pour séduire ».
- ▶ Un discours court mais efficace et obligatoire.
- ▶ Les petites attentions qui font la différence.
- ▶ Conclure efficacement et fidéliser.

L'organisation en Back Office et la gestion du Service :

- ▶ La préparation en amont- gestion du temps et des priorités.
- ▶ Préparation : la clé de voûte du service Drive.
- ▶ La vérification des commandes : astuces et outils.
- ▶ La gestion des produits manquants.
- ▶ Notions d'ergonomie de poste : intérêt des Driver et de la fonctionnalité.
- ▶ Mot d'ordre : anticipation.
- ▶ Fiche de poste et check list : les outils de la performance et d'un pilotage.

Manager une équipe DRIVE : le pilote

- ▶ Rappels sur les fondamentaux du management et ceux du DRIVE.
- ▶ Être SMART/MALLINS pour efficacité et efficience.
- ▶ La répartition des tâches.
- ▶ La polyvalence et le rôle de chaque personne.
- ▶ Le QFQQC, ..., Pourquoi ? et le lien avec les fiches de poste.
- ▶ Pourquoi travailler en zoning ? les raisons humaines et organisationnelles.
- ▶ Comment piloter le zoning ?
- ▶ Délégation et Contrôle.

Plv et communication : affichage et communication :

- ▶ Côté client.
- ▶ Côté équipes.

La gestion des stocks :

*Manager et dynamiser
votre Drive en GMS*

GMS48

(suite)

- ▶ Rangement quotidien.
- ▶ Rangement au fur et à mesure.
- ▶ Contrôle opérationnel.

Gestion de l'humain : Rapidité et stress, la route vers le conflit.

- ▶ Les différentes sources de conflits au drive.
- ▶ Mieux comprendre le client Drive.
- ▶ Comment gérer les Rushs ?
- ▶ Gérer les situations de circulation et la sécurité sur les voies de circulation.
- ▶ Savoir inculquer ces notions à son équipe et prendre du recul en temps que manager.

Recruter efficacement au drive :

- ▶ Quel profil privilégier ?
- ▶ Les critères de recrutement.
- ▶ Mener et préparer son recrutement.

Évaluer son équipe :

- ▶ Être capable de définir les points positifs et à améliorer.
- ▶ La formation initiale la clé de voûte de la réussite au DRIVE.

Méthodes d'intervention :

Nombreux apports Théoriques.

Exercices pratiques sur les thématiques abordées : Management d'équipe, gestion du temps et des priorités, encadrement, recrutement, outils de gestion, sécurité.

Un diagnostic terrain pourra être effectué avec le participant au début de la première journée afin de rendre plus factuels les items de la formation et chercher des amorces de solutions.

*Manager et dynamiser
votre Drive en GMS*

GMS48

Programme de formation

Public concerné :

Tout membre d'une équipe Drive en GMS désirant gagner en compétence et en efficacité.

Objectifs :

Honorer la promesse de rapidité en respectant la sécurité.

Honorer la promesse d'exactitude des commandes en utilisant les standards du Magasin.

Offrir un service de Qualité au Drive en un temps réduit par des réglages individualisés (points forts/points faibles).

Diminuer les plaintes des clients et favoriser la fidélisation.

Contenu de la formation :

Comprendre le fonctionnement et les Enjeux du service attendu au Drive.

Le Service :

- ▶ La préparation en amont.
- ▶ La gestion du temps et des priorités.
- ▶ La connaissance et la maîtrise des Procédures Magasin.
- ▶ La vérification des commandes : astuces et outils.
- ▶ La gestion des produits manquants.
- ▶ « 30 secondes pour séduire ».

Le Back Office et le Training d'équipe.

Maîtriser son Environnement.

La préparation poste par poste :

- ▶ La Loi Pareto et Loi du temps.
- ▶ Organisation et anticipation.
- ▶ Le juste équilibre.
- ▶ Les astuces pour gagner du temps.

La gestion des stocks : une tâche partagée.

- ▶ Rangement quotidien.
- ▶ Rangement au fur et à mesure.
- ▶ Contrôle opérationnel.

Rapidité et stress : la route vers le conflit.

- ▶ Les différentes sources de conflits au drive.
- ▶ S'entraîner à gérer les Rushs ?
- ▶ Gérer les situations de circulation et la sécurité sur les voies de circulation.
- ▶ Travailler en équipe et s'entraider au quotidien.

Méthodes d'intervention :

Apports Théoriques.

Exercices de Training intensifs (avec la codirection du Responsable du Drive).

*Efficacité et training
pour équipe du Drive
en GMS*

GMS49