



DÉPARTEMENT MERCHANDISING ET DISTRIBUTION

Partenaire-conseil de la distribution

Conseil - Etudes - Ingénierie - Formation

Les métiers du rayon Boulangerie

Catalogue de formation



Sommaire

LES STAGES PAGES 1 À 11

PILOTAGE

DIRIGER UN RAYON BOULANGERIE	1
CONNAITRE L'ESSENTIEL DU RAYON BOULANGERIE VIENNOISERIE.....	2

GESTION

INITIATION A LA GESTION	3
GESTION DU RAYON	4

TECHNIQUES PROFESSIONNELLES

FABRICATION DES PAINS BLANCS.....	5
FABRICATION DES PAINS AU LEVAIN	6
FABRICATION DES PAINS BIOLOGIQUES	7
FABRICATION DES PAINS SPÉCIAUX.....	8
FABRICATION DES VIENNOISERIES.....	9

TECHNIQUES DE VENTE

TECHNIQUES DE VENTE	10
---------------------------	----

MERCHANDISING

CONDUITE DU RAYON.....	11
------------------------	----

LES MODULES PAGES 14 À 28

MODULE 1 COMMENT ANALYSER L'ACTIVITÉ DU RAYON	14
MODULE 2 BIEN CONNAITRE LES PERFORMANCES ET LES RATIOS.....	15
MODULE 3 COMMENT FIXER LES OBJECTIFS ET ETABLIR LE PLAN D'ACTION.....	16
MODULE 4 BIEN CONNAITRE LE CONSOMMATEUR POUR ADAPTER SON RAYON	17
MODULE 5 CONNAISSANCE DES PRODUITS.....	18
MODULE 6 CHOISIR L'ASSORTIMENT ET MAÎTRISER SES APPROVISIONNEMENTS.....	19
MODULE 7 SAVOIR IMPLANTER LE RAYON	20
MODULE 8 BIEN TRAVAILLER LE PRODUIT	21
MODULE 9 BIEN ORGANISER SON TRAVAIL.....	22
MODULE 10 CONNAITRE L'HYGIENE ET LA RÉGLEMENTATION.....	23
MODULE 11 BIEN VENDRE	24
MODULE 12 CONNAITRE LA DÉMARQUE ET MAÎTRISER LES PERTES.....	25
MODULE 13 CONNAITRE LE PRIX DE VENTE ET LA MARGE.....	26
MODULE 14 BIEN GÉRER LE RAYON	27
MODULE 15 SAVOIR MESURER LES PERFORMANCES.....	28

Les métiers du rayon BOULANGERIE

LES STAGES

PUBLIC :

Responsable de département
Responsable de rayon

DURÉE :

4 jours pour les responsables de département

16 jours pour les responsables de rayon

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Guide de formation
Compte rendu détaillé
Cadenciers

Objectifs

Permettre la connaissance des méthodes, techniques et des outils afin de maîtriser ses approvisionnements, son assortiment, son implantation, son organisation, sa gestion, réaliser l'analyse de son activité et de dynamiser les résultats de son rayon.

Contenu

COMMENT ANALYSER L'ACTIVITE DU RAYON

Situer le rayon par rapport à son potentiel
Analyser les ratios économiques
Analyser les critères Merchandising

BIEN CONNAITRE LES PERFORMANCES ET LES RATIOS

Situer les résultats sur la grille d'analyse
Pouvoir réaliser de l'analyse

COMMENT FIXER LES OBJECTIFS ET ETABLIR LE PLAN D'ACTION

Déterminer les objectifs généraux
Déterminer les objectifs par activité
Mettre en place un tableau de bord prévisionnel
Définition du plan de formation

BIEN CONNAITRE LE CONSOMMATEUR POUR ADAPTER SON RAYON

Connaître le marché
Connaître la consommation
Préparer l'avenir du rayon

CONNAISSANCE DES PRODUITS

Connaître les éléments constitutifs des produits
Connaître les opérations technologiques de production
Les classifications commerciales

CHOISIR L'ASSORTIMENT ET MAITRISER SES APPROVISIONNEMENTS

La filière des produits
Choix de l'assortiment
Maîtrise des approvisionnements

SAVOIR IMPLANTER LE RAYON

Connaître les principes généraux du merchandising
Préparer son implantation
Réaliser son implantation et améliorer le visuel du rayon

BIEN TRAVAILLER LE PRODUIT

Savoir utiliser les outils
Maîtriser les différentes fabrications de pain
Maîtriser les problèmes de conservation au rayon
Soins aux produits
Les fiches recettes

BIEN ORGANISER SON TRAVAIL

Connaître les bases de l'organisation du travail
Permettre la planification du travail
Maîtriser la gestion de l'équipe au quotidien
Gérer son temps de travail

CONNAITRE L'HYGIENE ET LA REGLEMENTATION

Connaître les dispositions réglementant l'hygiène au rayon
Appliquer les Bonnes pratiques d'Hygiène en rayon
Maîtriser la Traçabilité des produits en rayon
Maîtriser l'étiquetage au rayon
Connaître les indications de poids et de prix

BIEN VENDRE

Connaître les principes de base de la communication appliquée
Maîtriser la vente directe
Pouvoir conseiller les clients
Connaître la typologie des clients
Mettre en place la politique promotionnelle

CONNAITRE LA DEMARQUE ET MAITRISER LES PERTES

Connaître la démarque
Maîtrise des pertes

CONNAITRE LE PRIX DE VENTE ET LA MARGE

Connaître les indicateurs de gestion
Connaître le mécanisme de la TVA
Connaître le cadre législatif
Savoir effectuer les calculs commerciaux
Savoir calculer un rendement

BIEN GERER LE RAYON

Savoir effectuer un compte de résultat simplifié
Gérer les pertes
Savoir élaborer un tableau de bord
Savoir utiliser un tableau de bord
Savoir effectuer une péréquation de marge

SAVOIR MESURER LES PERFORMANCES

Mesurer les écarts
Analyser des écarts
Fixer de nouveaux objectifs
Mettre en place un plan de développement

CONNAITRE L'ESSENTIEL DU RAYON TRADITIONNEL BOULANGERIE VIENNOISERIE

Objectifs

Permettre l'acquisition des notions, méthodes, principes essentiels, en terme, d'analyse de l'activité, d'approvisionnement, d'assortiment, de Merchandising, d'organisation, de réglementation, de gestion, afin de pouvoir assurer les missions de responsable de département produits frais et de mettre en place des plans de développement.

Contenu

BIEN CONNAITRE LE CONSOMMATEUR POUR ADAPTER SON RAYON

Connaître les tendances du Marché de tous les rayons produits frais
Connaître la consommation
Pouvoir préparer l'avenir des rayons

CHOISIR L'ASSORTIMENT ET MAITRI-SER SES APPROVISIONNEMENTS

Connaître les filières de produit
Connaître les méthodes d'approvisionnement par rayon
Connaître les assortiments types par saisonnalité

SAVOIR IMPLANTER LE RAYON

Connaître les plans d'implantation types par saisonnalité
Connaître les principes de présentations des produits selon les rayons

BIEN ORGANISER SON TRAVAIL

Connaître les spécificités d'organisation du travail de tous les rayons produits frais traditionnels
La connaissance des outils d'organisation spécifiques
La connaissance des check-lists métiers
La connaissance des grilles de contrôles par rayon
Les plannings horaires types

CONNAITRE L'HYGIENE ET LA REGLEMENTATION

Connaître les Bonnes pratiques d'Hygiène spécifiques des rayons
Connaître les dispositions règlementaires et législatives majeures par rayon

BIEN VENDRE

Mettre en place la politique promotionnelle des rayons
Stratégie de choix de promotion
Planification des mises en avant de fin de semaine

BIEN GERER LE RAYON

Elaborer et utiliser un tableau de bord par rayon

SAVOIR MESURER LES PERFORMANCES

Mesurer les écarts
Fixer de nouveaux objectifs
Mettre en place un plan de développement

PUBLIC :

Directeur de magasin
Responsable de département
Responsable de département
Produits Frais débutant

DURÉE :

1 jour

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Guide formation

PUBLIC :

Responsable de département
Responsable de rayon
Adjoint de rayon

DURÉE :

2 jours pour les responsables de département

4 jours pour les adjoints et les responsables de rayon

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Guide de formation
Compte rendu détaillé
Compte de résultat
Tableau de bord

Objectifs

Acquérir les méthodes, principes et techniques afin de maîtriser les rendements matières, stabiliser les marges, effectuer le suivi du tableau de bord et du compte d'exploitation et développer les performances du rayon.

Contenu

CONNAÎTRE LA DEMARQUE ET MAÎTRISER LES PERTES

Connaître la démarque
Maîtrise des pertes

CONNAÎTRE LE PRIX DE VENTE ET LA MARGE

Connaître les indicateurs de gestion
Connaître le mécanisme de la TVA
Connaître le cadre législatif
Savoir effectuer les calculs commerciaux
Savoir calculer un rendement

BIEN GERER LE RAYON

Savoir effectuer un compte de résultat simplifié
Gérer les pertes
Savoir élaborer un tableau de bord
Savoir utiliser un tableau de bord
Savoir effectuer une péréquation de marge

GESTION DU RAYON BOULANGERIE

Objectifs

Permettre la connaissance des méthodes, principes et techniques afin de pouvoir analyser ses résultats, maîtriser les rendements matières, stabiliser les marges, effectuer le suivi du tableau de bord et du compte d'exploitation et développer les résultats du rayon.

Contenu

COMMENT ANALYSER L'ACTIVITE DU RAYON

Situer le rayon par rapport à son potentiel
Analyser les ratios économiques
Analyser les critères Merchandising

BIEN CONNAITRE LES PERFORMANCES ET LES RATIOS

Situer les résultats sur la grille d'analyse
Pouvoir réaliser de l'analyse

COMMENT FIXER LES OBJECTIFS ET ETABLIR LE PLAN D'ACTION

Déterminer les objectifs généraux
Déterminer les objectifs par activité
Mettre en place un tableau de bord prévisionnel

CONNAÎTRE LE PRIX DE VENTE ET LA MARGE

Connaître les indicateurs de gestion
Connaître le mécanisme de la TVA
Connaître le cadre législatif
Savoir effectuer les calculs commerciaux
Savoir calculer un rendement

BIEN GERER LE RAYON

Savoir effectuer un compte de résultat simplifié
Gérer les pertes
Savoir élaborer un tableau de bord
Savoir utiliser un tableau de bord
Savoir effectuer une péréquation de marge

SAVOIR MESURER LES PERFORMANCES

Mesurer les écarts
Analyser des écarts
Fixer de nouveaux objectifs
Mettre en place un plan de développement

PUBLIC :

Responsable de département
Responsable de rayon
Adjoint de rayon

DURÉE :

1 jour pour les responsables de département

2 jours pour les adjoints et les responsables de rayon

MÉTHODES
PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Guide de formation
Compte rendu détaillé
Grille d'analyse économique
Grille d'analyse commerciale
Tableau de Synthèse des données chiffrées
Compte de résultat
Tableau de bord

PUBLIC :

Responsable de rayon
Adjoint de rayon
Ouvrier de fabrication et transformation

DURÉE :

2 jours pour les responsables et adjoints de rayon

1 jour pour les ouvriers de fabrication et de transformation

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Guide formation
Fichier recettes

Objectifs

Permettre aux participants de se perfectionner par acquisition des savoir faire nécessaire à la technique de fabrication des pains blancs et être capable de fixer des prix de vente avec objectifs de marge.

Contenu

BIEN TRAVAILLER LE PRODUIT

Savoir utiliser les outils
Maîtriser les différentes fabrications de pain
La fabrication des pains blancs
Le Pétrissage
Les températures
La température de base
la température de la farine
la température de l'eau
Les différentes phases
le frasage
l'autolyse
l'étirage et le soufflage
Les différentes méthodes
le pétrissage à vitesse lente
le pétrissage intensif
le pétrissage amélioré
La température de la pâte en fin de pétrissage
Les différentes pâtes obtenues
la pâte douce
la pâte bâtarde
la pâte ferme
Les points à retenir
La température de coulage
Formation de la pâte
Choix du type de pétrissage
Le Pesage
Les méthodes
pesage manuel / avantages et contraintes
pesage automatique / avantages et contraintes
Le Façonnage
Les méthodes
façonnage manuel / avantages et contraintes
façonnage automatique / avantages et contraintes
mise sur chariot pour fours rotatifs
mise sur couches ou Panimatics pour fours à sole
pains fantaisie
La Fermentation
Les différents stades
le pointage
l'apprêt
Les méthodes
Le direct
la préfermentation (pâte fermentée)

la pousse lente (% de levure faible)
la pousse normale (% de levure normal)
La fermentation différée.
avec blocage en froid puis réchauffe sans blocage en froid (pousse très lente, fermentation en masse)
Les points à retenir
Principes de la fermentation
Méthodes de fermentation
Techniques de fermentation différées
La Cuisson
Les méthodes
four rotatif
four à sole
Les différents stades
préparation du four
la phase d'assèchement
température d'enfournement
la mise sur tapis
la scarification des pains
température de cuisson
durée de cuisson
le défournement des pains
le ressuage
le nettoyage du four
Maîtriser les problèmes de conservation au rayon
Soins aux produits
Les fiches recettes

CONNAÎTRE LE PRIX DE VENTE ET LA MARGE

Connaître les indicateurs de gestion
Connaître le mécanisme de la TVA
Connaître le cadre législatif
Savoir effectuer les calculs commerciaux
Savoir calculer un rendement

FABRICATION DES PAINS AU LEVAIN

Objectifs

Permettre aux participants de se perfectionner par acquisition des savoir faire nécessaire à la technique de fabrication des pains spéciaux et être capable de fixer des prix de vente avec objectifs de marge.

Contenu

BIEN TRAVAILLER LE PRODUIT

Savoir utiliser les outils
 Maîtriser les différentes fabrications de pain
 La fabrication des pains au levain
 Le Pétrissage
 Les températures
 La température de base
 la température de la farine
 la température de l'eau
 Les différentes phases
 le frasage
 l'autolyse
 l'étirage et le soufflage
 Les différentes méthodes
 le pétrissage à vitesse lente
 le pétrissage intensif
 le pétrissage amélioré
 La température de la pâte en fin de pétrissage
 Les différentes pâtes obtenues
 la pâte douce
 la pâte bâtarde
 la pâte ferme
 Les points à retenir
 La température de coulage
 Formation de la pâte
 Choix du type de pétrissage
 Le Pesage
 Les méthodes
 pesage manuel / avantages et contraintes
 pesage automatique / avantages et contraintes
 Le Façonnage
 Les méthodes
 façonnage manuel / avantages et contraintes
 façonnage automatique / avantages et contraintes
 mise sur chariot pour fours rotatifs
 mise sur couches ou Panimatics pour fours à sole
 pains fantaisie
 La Fermentation
 Les différents stades
 le pointage
 l'apprêt
 Les méthodes

Le direct
 la préfermentation (pâte fermentée)
 la pousse lente (% de levure faible)
 la pousse normale (% de levure normal)
 La fermentation différée .
 avec blocage en froid puis réchauffe sans blocage en froid (pousse très lente, fermentation en masse)
 Les points à retenir
 Principes de la fermentation
 Méthodes de fermentation
 Techniques de fermentation différées
 La Cuisson
 Les méthodes
 four rotatif
 four à sole
 Les différents stades
 préparation du four
 la phase d'assèchement
 température d'enfournement
 la mise sur tapis
 la scarification des pains
 température de cuisson
 durée de cuisson
 le défournement des pains
 le ressuage
 le nettoyage du four
 Maîtriser les problèmes de conservation au rayon
 Soins aux produits
 Les fiches recettes

CONNAÎTRE LE PRIX DE VENTE ET LA MARGE

Connaître les indicateurs de gestion
 Connaître le mécanisme de la TVA
 Connaître le cadre législatif
 Savoir effectuer les calculs commerciaux
 Savoir calculer un rendement

PUBLIC :

Responsable de rayon
 Adjoint de rayon
 Ouvrier de fabrication et transformation

DURÉE :

2 jours pour les responsables et adjoints de rayon

1 jour pour les ouvriers de fabrication et transformation

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
 Apport de l'animateur
 Documentation
 Livret Pédagogique
 Exercices d'application

OUTILS :

Guide formation
 Fichier recettes

PUBLIC :

Responsable de rayon
Adjoint de rayon
Ouvrier de fabrication et transformation

DURÉE :

2 jours pour les responsables et adjoints de rayon

1 jour pour les ouvriers de fabrication et transformation

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Guide formation
Fichier recettes

Objectifs

Permettre aux participants de se perfectionner par acquisition des savoir faire nécessaires à la technique de fabrication des pains biologiques et être capable de fixer des prix de vente avec objectifs de marge.

Contenu

BIEN TRAVAILLER LE PRODUIT

Savoir utiliser les outils
Maîtriser les différentes fabrications de pain
La fabrication des pains biologiques
Le Pétrissage
Les températures
La température de base
la température de la farine
la température de l'eau
Les différentes phases
le frasage
l'autolyse
l'étirage et le soufflage
Les différentes méthodes
le pétrissage à vitesse lente
le pétrissage intensif
le pétrissage amélioré
La température de la pâte en fin de pétrissage
Les différentes pâtes obtenues
la pâte douce
la pâte bâtarde
la pâte ferme
Les points à retenir
La température de coulage
Formation de la pâte
Choix du type de pétrissage
Le Pesage
Les méthodes
pesage manuel / avantages et contraintes
pesage automatique / avantages et contraintes
Le Façonnage
Les méthodes
façonnage manuel / avantages et contraintes
façonnage automatique / avantages et contraintes
mise sur chariot pour fours rotatifs
mise sur couches ou Panimatics pour fours à sole
pains fantaisie
La Fermentation
Les différents stades
le pointage
l'apprêt
Les méthodes
Le direct
la préfermentation (pâte fermentée)

la pousse lente (% de levure faible)
la pousse normale (% de levure normal)
La fermentation différée .
avec blocage en froid puis réchauffe sans blocage en froid (pousse très lente, fermentation en masse)
Les points à retenir
Principes de la fermentation
Méthodes de fermentation
Techniques de fermentation différées
La Cuisson
Les méthodes
four rotatif
four à sole
Les différents stades
préparation du four
la phase d'assèchement
température d'enfournement
la mise sur tapis
la scarification des pains
température de cuisson
durée de cuisson
le défournement des pains
le ressuage
le nettoyage du four
Maîtriser les problèmes de conservation au rayon
Soins aux produits
Les fiches recettes

CONNAÎTRE LE PRIX DE VENTE ET LA MARGE

Connaître les indicateurs de gestion
Connaître le mécanisme de la TVA
Connaître le cadre législatif
Savoir effectuer les calculs commerciaux
Savoir calculer un rendement

FABRICATION DES PAINS SPÉCIAUX

Objectifs

Permettre aux participants de se perfectionner par acquisition des savoir faire nécessaire à la technique de fabrication des pains biologiques et être capable de fixer des prix de vente avec objectifs de marge.

Contenu

BIEN TRAVAILLER LE PRODUIT

Savoir utiliser les outils
 Maîtriser les différentes fabrications de pain
 La fabrication des pains spéciaux
 Le Pétrissage
 Les températures
 La température de base
 la température de la farine
 la température de l'eau
 Les différentes phases
 le frasage
 l'autolyse
 l'étirage et le soufflage
 Les différentes méthodes
 le pétrissage à vitesse lente
 le pétrissage intensif
 le pétrissage amélioré
 La température de la pâte en fin de pétrissage
 Les différentes pâtes obtenues
 la pâte douce
 la pâte bâtarde
 la pâte ferme
 Les points à retenir
 La température de coulage
 Formation de la pâte
 Choix du type de pétrissage
 Le Pesage
 Les méthodes
 pesage manuel / avantages et contraintes
 pesage automatique / avantages et contraintes
 Le Façonnage
 Les méthodes
 façonnage manuel / avantages et contraintes
 façonnage automatique / avantages et contraintes
 mise sur chariot pour fours rotatifs
 mise sur couches ou Panimatics pour fours à sole
 pains fantaisie
 La Fermentation
 Les différents stades
 le pointage
 l'apprêt
 Les méthodes

Le direct
 la préfermentation (pâte fermentée)
 la pousse lente (% de levure faible)
 la pousse normale (% de levure normal)
 La fermentation différée .
 avec blocage en froid puis réchauffe sans blocage en froid (pousse très lente, fermentation en masse)
 Les points à retenir
 Principes de la fermentation
 Méthodes de fermentation
 Techniques de fermentation différées
 La Cuisson
 Les méthodes
 four rotatif
 four à sole
 Les différents stades
 préparation du four
 la phase d'assèchement
 température d'enfournement
 la mise sur tapis
 la scarification des pains
 température de cuisson
 durée de cuisson
 le défournement des pains
 le ressuage
 le nettoyage du four
 Maîtriser les problèmes de conservation au rayon
 Soins aux produits
 Les fiches recettes

CONNAÎTRE LE PRIX DE VENTE ET LA MARGE

Connaître les indicateurs de gestion
 Connaître le mécanisme de la TVA
 Connaître le cadre législatif
 Savoir effectuer les calculs commerciaux
 Savoir calculer un rendement

PUBLIC :

Responsable de rayon
 Adjoint de rayon
 Ouvrier de fabrication et transformation

DURÉE :

2 jours pour les responsables et adjoints de rayon

1 jour pour les ouvriers de fabrication et transformation

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
 Apport de l'animateur
 Documentation
 Livret Pédagogique
 Exercices d'application

OUTILS :

Guide formation
 Fichier recettes

PUBLIC :

Responsable de rayon
Adjoint de rayon
Ouvrier de fabrication et transformation

DURÉE :

2 jours pour les responsables et adjoints de rayon

1 jour pour les ouvriers de fabrication et transformation

MÉTHODES**PÉDAGOGIQUES :**

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Guide formation
Fichier recettes

Objectifs

Permettre aux participants de se perfectionner par acquisition des savoir faire nécessaire aux techniques de fabrication des viennoiseries et être capable de fixer des prix de vente avec objectifs de marge.

Contenu**BIEN TRAVAILLER LE PRODUIT**

Savoir utiliser les outils
Maîtriser les différentes fabrications de viennoiserie
Maîtriser les problèmes de conservation au rayon
Soins aux produits
Les fiches recettes

CONNAÎTRE LE PRIX DE VENTE ET LA MARGE

Connaître les indicateurs de gestion
Connaître le mécanisme de la TVA
Connaître le cadre législatif
Savoir effectuer les calculs commerciaux
Savoir calculer un rendement

TECHNIQUES DE VENTE

Objectifs

Accroître les connaissances des stagiaires pour leur permettre de mieux vendre leurs produits. Appréhender sa clientèle, Rechercher ses besoins, connaître les tendances de goût, et les évolutions des habitudes de consommation. Orienter les choix de la clientèle, la conseiller et la fidéliser. Améliorer l'assurance commerciale des participants pour améliorer leurs performances. Développer l'image de l'enseigne dans la présentation des produits aux stands en vente directe, conformément avec les engagements de la Certification de services.

Contenu

BIEN CONNAITRE LE CONSOMMATEUR POUR ADAPTER SON RAYON

La consommation
Les habitudes de consommation
Comportements des consommateurs
Typologies des consommateurs
Motivation et freins à la consommation
Comportements d'achat observés au rayon
Attentes du consommateur vis-à-vis du rayon
Freins à l'acte d'achat
Motivations et freins à la consommation
L'avenir du rayon
Le développement du professionnalisme
Les axes de développement du rayon

BIEN VENDRE

Les points clés du service
L'accueil du client
Rôle du vendeur dans la dynamique du rayon
La maîtrise de la vente traditionnelle
Communication,
Le vendeur : meilleur atout pour la réussite du rayon
Les règles de base de la communication interpersonnelle
Personnalité et mode de fonctionnement
Comportements du vendeur
Attitudes du vendeur et techniques d'écoute
Comportement face à la clientèle
Comment créer l'ambiance de vente
Structure de l'entretien
Caractéristiques de la vente directe
Prise de contact
Ecoute et perception des besoins du client
Perception de l'interlocuteur
Argumentaire et conseils
Réponses aux objections
Conclusions de la vente
Le rayon générateur de vente et de service
Balisage et affichage conformes aux engagements
Aide à la vente
Mise en avant des promotions

Ventes des opérations
Techniques de vente
Argumentaires
Conseils aux clients (utilisation, préparation, vins)
Réponse aux objections
Traitement des réclamations
Traitement des désaccords

BIEN ACCUEILLIR LE CLIENT

Développer une attitude d'accueil et de disponibilité
L'empathie, le bonjour, l'au revoir, Attitudes ouvertes, attitudes fermées
Le langage non verbal, le sourire
Tenue, postures et apparence physique positives
Analyser et traiter les obstacles à la communication
Maintien de l'écoute active
Traitement de la voix : modulation, débit, etc.
Choix personnalisé des mots en fonction des interlocuteurs et des situations
Moyens de lutter contre le stress et l'émotivité
Maîtriser les situations inattendues
Traiter activement et positivement le besoin d'information
Gestion des situations conflictuelles et critiques
Gestion des files d'attentes.
Garder le contact en toutes circonstances
S'entraîner à répondre efficacement et rapidement à toutes demandes
Diagnostiquer la demande ou le besoin
Savoir utiliser les différentes formes de questionnement
Recueillir les informations nécessaires pour une aide efficace du client
Reconnaître les priorités
Organiser activement son espace et ses outils de travail
Répondre activement et savoir conclure un dialogue

PUBLIC :

Responsable de rayon
Adjoint de rayon
Employé

DURÉE :

3 jours

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Vidéoprojecteur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Guide formation

PUBLIC :

Responsable de rayon
Adjoint de rayon

DURÉE :

10 jours pour les responsables
de rayon

12 jours pour les adjoints de
rayon

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Guide de formation
Compte rendu détaillé
Cadenciers

Objectifs

Acquérir la connaissance des méthodes, techniques et des outils afin de maîtriser ses approvisionnements, son assortiment, son implantation, son organisation, sa gestion et de dynamiser les résultats de son rayon.

Contenu

CONNAISSANCE DES PRODUITS

Connaître les éléments constitutifs des produits
Connaître les opérations technologiques de production
Les classifications commerciales

CHOISIR L'ASSORTIMENT ET MAÎTRISER SES APPROVISIONNEMENTS

Choix de l'assortiment
Maîtrise des approvisionnements

SAVOIR IMPLANTER LE RAYON

Connaître les principes généraux du merchandising
Préparer son implantation
Réaliser son implantation et améliorer le visuel du rayon

BIEN TRAVAILLER LE PRODUIT

Savoir utiliser les outils
Maîtriser les différentes fabrications de pain
Maîtriser les problèmes de conservation au rayon
Soins aux produits
Les fiches recettes

BIEN ORGANISER SON TRAVAIL

Connaître les bases de l'organisation du travail
Permettre la planification du travail
Maîtriser la gestion de l'équipe au quotidien
Gérer son temps de travail

CONNAÎTRE L'HYGIÈNE ET LA RÉGLEMENTATION

Connaître les dispositions réglementant l'hygiène au rayon
Appliquer les Bonnes pratiques d'Hygiène en rayon
Maîtriser la Traçabilité des produits en rayon
Maîtriser l'étiquetage au rayon
Connaître les indications de poids et de prix

BIEN VENDRE

Connaître les principes de base de la communication appliquée
Maîtriser la vente directe
Pouvoir conseiller les clients
Connaître la typologie des clients
Mettre en place la politique promotionnelle

CONNAÎTRE LA DÉMARQUE ET MAÎTRISER LES PERTES

Connaître la démarque
Maîtrise des pertes

CONNAÎTRE LE PRIX DE VENTE ET LA MARGE

Connaître les indicateurs de gestion
Connaître le mécanisme de la TVA
Connaître le cadre législatif
Savoir effectuer les calculs commerciaux
Savoir calculer un rendement

Les métiers du rayon BOULANGERIE

LES MODULES

COMMENT ANALYSER L'ACTIVITÉ DU RAYON

Objectifs

Permettre aux participants de situer leurs résultats par rapport à un potentiel économique correspondant à sa zone de chalandise et aux statistiques de consommation des ménages.

Contenu

A Situer le rayon par rapport à son potentiel

A1 Mesure du potentiel

A1.1 Méthode de mesure du potentiel

A1.2 Méthode de calcul du nombre de ménages hebdomadaires

A1.3 Mesure du potentiel du rayon

A2 Part de marché du rayon – le taux d'emprise

A2.1 Définition du taux d'emprise

A2.2 Calcul du taux d'emprise

A2.3 Evaluation du manque à gagner

B Analyser les ratios économiques

B1 Ratios de mesure de l'Activité du rayon

B1.1 Chiffre d'affaires par secteur

B1.2 Chiffre d'affaires global

B2 Ratios de mesure de la Rentabilité

B2.1 Marge brute

B2.2 Marge commerciale

B3 Ratios de mesure de la Productivité

B3.1 Valeur de l'Heure Travaillée : VHT

B3.2 Frais de personnel en valeur et en pourcentage

B3.3 Marge semi nette

B4 Autres ratios

B4.1 Les coûts : Emballages, Stocks, Démarques

B4.2 Les ratios de fréquentation : Panier, clients, articles, attractivité

C Analyser les critères Merchandising

C1 Mesure de l'assortiment

C1.1 Méthode d'analyse des références par famille de produits

C1.2 Synthèse

C2 Mesure des linéaires : Traditionnels, Frais Emballé, TG, Bacs promo

C2.1 Calcul du pourcentage de linéaire par famille

C2.2 Conclusion et correction des écarts

C3 Analyse du rapport linéaire / assortiment

C3.1 Rapport entre part de linéaire et nombre de références

C3.2 Liaison entre le rapport référence / linéaire, la politique commerciale et les résultats

PUBLIC :

Responsable de département
Responsable de rayon

DURÉE : 4 heures

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Compte rendu détaillé
Grille d'analyse économique
Grille d'analyse commerciale

PUBLIC :

Responsable de département
Responsable de rayon

DURÉE : 3 heures

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Compte de rendu détaillé
Tableau de Synthèse des données chiffrées

Objectifs

Connaître les normes des principaux ratios d'activité, de rentabilité et de productivité d'un rayon afin d'évaluer son potentiel économique.

Contenu

A Situer les résultats sur la grille d'analyse

A1 Méthode de renseignement de la grille d'analyse

A2 Réalisation de la courbe d'analyse

B Pouvoir réaliser de l'analyse

B1 Mesure des points forts et des points faibles

B2 Synthèse des données de l'analyse

COMMENT FIXER LES OBJECTIFS ET ETABLIR LE PLAN D'ACTION

Objectifs

Permettre la réalisation de la synthèse globale des analyses économique, commerciale, des savoir faire et des ressources humaines du rayon afin de mettre en place :

- un plan d'actions de développement économique
- un plan de formation correspondant à l'évaluation des besoins

Contenu

A Déterminer les objectifs généraux

- A1 Objectif de CA
- A2 Objectifs de rentabilité
- A3 Repositionnement des moyens humains et de la productivité
- A4 Objectifs de Merchandising

B Déterminer les objectifs par activité

- B1 Estimation des points forts et des points faibles par activité
- B2 Améliorations à apporter
- B3 Choix de priorités
- B4 Création d'un calendrier d'application

C Mettre en place un tableau de bord prévisionnel

- C1 Calcul du CA prévisionnel
- C2 Calcul des taux de marge prévisionnels
- C3 Réalisation du tableau de bord

D Définition du plan de formation

- D1 Détermination des besoins de formation et des actions à mettre en place
- D2 Organisation du plan de formation

PUBLIC :

Responsable de département
Responsable de rayon

DURÉE : 7 heures

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Compte rendu détaillé
Tableau de bord
Grille de plan de formation

PUBLIC :

Responsable de département
Responsable de rayon
Adjoint de rayon
Vendeur (se) et employé (e)

DURÉE :

3 heures pour les responsables de département et vendeurs

4 heures pour les responsables et adjoints de rayon

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Compte rendu détaillé
Données de marché
Récapitulatif du contenu

Objectifs

Connaître les tendances du marché, les évolutions des habitudes de consommation, les attentes du consommateur afin de pouvoir définir les axes de développement du rayon.

Contenu

A Connaître le marché

A1 Part de marché des différentes familles du rayon?

A2 Evolution des tendances du marché

B Connaître la consommation

B1 Les habitudes de consommation

B1.1 Perception de l'image du rayon

B1.2 Comportements des consommateurs

B2 Typologie des consommateurs

B2.1 Différents types de consommateurs

B2.2 Consommation selon les différents types de consommateurs

B3 Motivations et freins à la consommation

B3.1 Principaux critères d'achat au rayon

B3.2 Comportements d'achat observés au rayon

B3.3 Attentes du consommateur vis-à-vis du rayon

B3.4 Freins à l'acte d'achat

B3.5 Conséquences et applications pour le rayon

C Préparer l'avenir du rayon

C1 Le développement du professionnalisme

C1.1 Critères de professionnalisme au rayon

C2 Les axes de développement du rayon

C2.1 Tendances actuelles au rayon

C2.2 Consommateurs concernés par ces tendances

CONNAISSANCE DES PRODUITS

Objectifs

Permettre la connaissance des éléments constitutifs des produits au niveau de la physiologie, des valeurs nutritionnelles et des différents types de conditionnement utilisé.

Connaître les opérations technologiques de production et les appellations commerciales des produits afin de maîtriser les différents :

- degrés de qualité des produits
- labels et appellations des produits
- normes européennes et les textes législatifs s'y référant

Contenu

A Connaître les éléments constitutifs des produits

A1 Les produits

A1.1 La composition des différents mélanges de farine

A1.2 La composition des levains

A1.3 La composition des différentes pâtes (feuilletée, brisée, sablée, pizza...)

A1.4 La composition des produits complémentaires utilisés

A1.5 Valeurs nutritionnelles des produits finis

A2 Les différents conditionnements

A2.1 Le conditionnement en barquette

A2.2 Le conditionnement en emballage papier

A2.3 Le conditionnement en emballage plastique

A3 Les fournisseurs d'emballages et leurs spécificités

B Connaître les opérations technologiques de production

B1 Les différents types de conditionnements des approvisionnements

B1.1 Les farines

B1.2 Les produits secs, lyophilisés, appertisés

B1.3 Les produits surgelés (viennoiseries, pain cru, pain précuit)

C Les classifications commerciales

C1 Les appellations commerciales des matières premières

C1.1 Les ingrédients et les additifs

C1.2 Les épices

C1.3 Les céréales

C1.4 Les corps gras et ovo produits

C2 Les Gammes spécifiques du rayon

C2.1 Les pains blancs

C2.2 Les pains spéciaux et au levain

C2.3 Les viennoiseries

C2.4 Les pâtisseries salées et pizzas

C3 Les critères qualitatifs et les mentions

C3.1 Les différents degrés de qualité

C3.2 Les labels et appellations

C4 La normalisation Européenne

C4.1 Les textes réglementaires

PUBLIC :

Responsable de rayon
Adjoint de rayon
Vendeur (se) et employé (e)

DURÉE :

7 heures pour les vendeurs
42 heures pour les responsables
et adjoints de rayon

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Guide formation
Fiches techniques produits

PUBLIC :

Responsable de département
Responsable de rayon
Adjoint de rayon
Vendeur (se) et employé (e)

DURÉE :

2 heures pour les responsables de département
10 heures pour les responsables et adjoints de rayon
4 heures pour les vendeurs

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Compte rendu détaillé
Tableau d'assortiment type par saisonnalité
Fiches de contrôle
Fiches d'anomalies

Objectifs

*Permettre la connaissance des différents circuits et intermédiaires composant une filière d'approvisionnement.
Connaître les différentes phases du cycle logistique des produits de la commande à la mise en vente ainsi que les contrôles à effectuer.
Connaître les différentes méthodes et critères de choix des produits afin d'élaborer un assortiment équilibré correspondant à la demande de la clientèle.*

Contenu

A La filière des produits

- A1 Les fournisseurs de farines
- A2 Les fournisseurs de pains crus surgelés, précuits
- A3 Les fournisseurs viennoiseries
- A4 Les fournisseurs de produits complémentaires

B Choix de l'assortiment

- B1 Méthode de choix de l'assortiment
- B2 Critères merchandising d'un assortiment équilibré
- B3 Les Règles de construction d'un assortiment
 - B3.1 Adéquation Assortiment – Matériel
 - B3.2 Adaptation à la typologie environnementale
 - B3.3 Adaptation à la concurrence
 - B3.4 Adaptation à la typologie clientèle
- B4 L'évolution de l'assortiment
 - B4.1 Les évolutions de la consommation
 - B4.2 Les spécificités saisonnières
- B5 Détermination du nombre de références par famille
 - B5.1 L'assortiment pains blancs
 - B5.2 L'assortiment pains spéciaux et au levain
 - B5.3 L'assortiment Viennoiserie
- B6 Le cycle de vie des produits
 - B6.1 La durée de vie des produits de boulangerie
 - B6.2 La durée de vie des produits de viennoiserie
- B7 L'analyse de la demande commerciale
 - B7.1 Le diagnostic de la gamme : Analyse des hit-parades
 - B7.2 L'adaptation de l'assortiment en fonction du diagnostic

C Maîtrise des approvisionnements

- C1 Produits approvisionnés depuis la centrale
- C2 Achats en direct
 - C2.1 Les contrôles à réception
 - C2.2 Litiges rencontrés et leurs traitements
- C3 Ajustement des commandes au volume de ses ventes
 - C3.1 La Planification hebdomadaire
 - C3.2 Rapprochement Planification et commandes
 - C3.3 Mise en place du cadencier de commande
 - C3.4 Utilisation du cadencier de commande

SAVOIR IMPLANTER LE RAYON

Objectifs

Connaître les principes de base du merchandising et d'implantation du rayon en adéquation avec les contraintes de surfaces, les saisonnalités et les attentes de clientèle.

Permettre l'acquisition et la maîtrise des principes, méthodes et techniques d'implantation, de présentation et de théâtralisation des produits.

Savoir effectuer des mises en avant événementielles et promotionnelles afin de dynamiser les résultats du rayon.

Contenu

A Connaître les principes généraux du merchandising

A1 Principes de base de Merchandising

A1.1 Définition des linéaires au sol et développé

A1.2 Définition du facing

A2 L'adaptation de l'implantation aux critères de typologie

A2.1 Les critères de surface

A2.2 Les critères de typologie environnementale

A3 L'adaptation à la structure du rayon

A3.1 Selon le type de mobilier

A3.2 Selon la longueur impartie

B Préparer son implantation

B1 Les principes généraux d'implantation

B1.1 Le pouvoir attractif des zones du rayon

B1.2 Les règles de base de l'implantation

B1.3 La présentation des produits

B1.4 L'adaptation de l'implantation aux saisonnalités

B2 Préparation de l'implantation

B2.1 Implantation théorique

B3 Les implantations exceptionnelles

B3.1 Le calendrier événementiel

B3.2 La mise en avant des animations événementielles et thématiques

B3.3 La mise en avant des actions promotionnelles

C Réaliser son implantation et améliorer le visuel du rayon

C1 La méthodologie de mise en rayon

C1.1 Le squelette

C1.2 Le chargement du rayon

C2 Présentation et théâtralisation des produits

C2.1 Les matériels et ustensiles nécessaires

C2.2 Les différents types d'étiquettes

C2.3 L'utilisation de l'affichage comme élément de décoration

PUBLIC :

Responsable de rayon

Adjoint de rayon

Vendeur (se) et employé (e)

DURÉE :

2 heures pour les responsables de département

7 heures pour les adjoints de rayon, les responsables et les vendeurs

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle

Apport de l'animateur

Documentation

Livret Pédagogique

Exercices d'application

OUTILS :

Compte rendu détaillé

Plan d'implantation type par saisonnalité

Tableau de planification des mises en avant

PUBLIC :

Responsable de rayon
Adjoint de rayon
Vendeur (se) et employé (e)

DURÉE : 7 heures

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Guide de formation
Fiches préparations
Fiches recettes

Objectifs

Permettre la maîtrise de l'ensemble des processus de fabrication des produits, préparation, pousse, cuisson, en utilisant le fichier de fabrication et de calcul de prix de revient avec objectif de marge.

Connaître les causes d'altérations des produits afin de minimiser les pertes en sachant mettre en place des actions correctives et préventives.

Contenu

A Savoir utiliser les outils

- A1 Le matériel de préparation (pétrissage, pousse)
- A2 Le matériel de cuisson
 - A2.1 Les fours rotatifs
 - A2.2 les fours à sole
- A3 Les ustensiles
- A4 Le matériel d'emballage

B Maîtriser les différentes fabrications de pain

- B1 La fabrication des pains blancs
 - B1.1 Le Pétrissage
 - B1.2 Le Pesage
 - B1.3 Le Façonnage
 - B1.4 La Fermentation
 - B1.5 La Cuisson
- B2 La Fabrication des pains au levain
 - B2.1 Fabrication en direct
 - B2.2 Fabrication en différé
 - B2.3 Pétrissages
 - B2.4 Façonnage manuel
 - B2.5 Cuisson au four à sole
- B3 La fabrication des pains biologiques
 - B3.1 Fabrication en direct
 - B3.2 Fabrication en différé
 - B3.3 Pétrissages
 - B3.4 Façonnage manuel
 - B3.5 Cuisson au four à sole
- B4 La fabrication des pains spéciaux
 - B4.1 Fabrication en direct
 - B4.2 Fabrication en différé
 - B4.3 Pétrissages
 - B4.4 Façonnage manuel

B4.5 Cuisson au four à sole

- B5 L'utilisation de la matière première surgelée
 - B5.1 Le pain cru surgelé
 - B5.2 Le pain pré cuit surgelé
 - B5.3 Les viennoiseries surgelées

C Maîtriser les problèmes de conservation au rayon

- C1 Craintes du client
- C2 Produits à surveiller
- C3 Gestion des pertes et leur minimisation

D Soins aux produits

- D1 Les causes d'Altération des produits
 - D1.1 Les symptômes
 - D1.2 Les repères visuels
- D2 Réduction des altérations
 - D2.1 Les actions préventives
 - D2.2 Les actions correctrices

E Les fiches recettes

- E1 Constitution du fichier recette sur outil informatique
 - E1.1 Elaboration et mise à jour du Mercurial matières premières
- E2 Suivi du fichier

BIEN ORGANISER SON TRAVAIL

Objectifs

*Posséder la maîtrise des méthodes, principes et outils permettant la mise en place d'une organisation rationnelle du travail.
Permettre d'effectuer la planification du travail en tenant compte des différentes tâches à accomplir, du flux client et des contraintes réglementaires.
Être capable d'effectuer un contrôle rigoureux des tâches réalisées par tous les membres de son équipe.
Permettre l'autodiagnostic de la gestion de son temps de travail afin d'élever son niveau de productivité.*

Contenu

A Connaître les bases de l'organisation du travail

A1 Présentation du concept

A1.1 Définition des principaux termes

A1.2 Elaboration du tableau de répartition des tâches (TRT)

A1.3 L'utilisation du TRT

A2 Les fiches de tâches des différents postes

A2.1 Leur utilité et leur utilisation

A2.2 Leur élaboration

A3 Evaluer des compétences des membres de l'équipe

A3.1 Le tableau des compétences acquises

A3.2 Son utilisation

B Permettre la planification du travail

B1 Définir les besoins du rayon

B1.1 Elaboration du planning de tâches journalières

B1.2 Elaboration du planning de tâches hebdomadaires

B2 Connaître les contraintes commerciales

B2.1 La répartition des ventes journalières par tranche horaire

B2.2 La fréquentation journalière

B3 Le planning horaire de l'équipe

B3.1 Les contraintes réglementaires

B3.2 L'élaboration du planning horaire

C Maîtriser la gestion de l'équipe au quotidien

C1 Le contrôle de la réalisation des tâches

C1.1 La Check-List métier

C1.2 La grille de contrôle : utilisation, fréquence

C2 Communication au sein de l'équipe

C2.1 Les moyens de communication avec l'équipe

C2.2 Les plans de développement individuels et collectifs

D Gérer son temps de travail

D1 La gestion du temps

D1.1 Autodiagnostic

D1.2 L'identification des situations perturbatrices

D1.3 La planification de l'imprévu

D1.4 La matrice des priorités

PUBLIC :

Responsable de département
Responsable de rayon
Adjoint de rayon
Vendeur (se) et employé (e)

DURÉE :

4 heures pour les responsables de département

21 heures pour les adjoints de rayon et les responsables

7 heures pour les vendeurs

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Compte rendu détaillé
Tableau de répartition des tâches
Fiche de tâches par poste
Tableau des compétences acquises
Planning horaire
Grille contrôle réalisation des tâches
Check-list métiers

PUBLIC :

Responsable de département
Responsable de rayon
Adjoint de rayon
Vendeur (se) et employé (e)

DURÉE :

2 heures pour les responsables de département
8 heures pour les adjoints et les responsables
7 heures pour les vendeurs

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Guide de formation

Objectifs

Permettre aux participants l'acquisition des notions de base de bactériologie appliquée, des Bonnes Pratiques d'hygiène au rayon, et les nouvelles dispositions législatives européennes.

Connaître les dernières dispositions réglementaires en matière de traçabilité et d'étiquetage des produits et pouvoir les mettre en application sur le rayon.

Contenu

A Connaître les dispositions réglementant l'hygiène au rayon

A1 Les Organismes de contrôle en magasin

A1.1 Les organismes publics

A1.2 Les services privés

A2 Les textes Réglementaires et Législatifs

A2.1 L'arrêté du 9 mai 1995

A2.2 Autres textes

B Appliquer les Bonnes pratiques d'Hygiène en rayon

B1 Les principes basiques en Bactériologie

B1.1 Notions de microbiologie et agents de contamination

B2 Les règles d'hygiène dans la manipulation des matières premières

B2.1 La protection des opérations de transformation vis-à-vis de l'environnement

B2.2 Le respect de la Marche en Avant

B2.3 Le respect des températures Réglementaires de conservation des aliments

B2.4 Le stockage des aliments conservés

B2.5 La transformation des produits

B3 Le respect des règles d'Hygiène inhérentes aux matériels

B3.1 Les produits de nettoyage désinfection

B3.2 L'hygiène du matériel électrique du rayon

B3.3 L'hygiène des installations frigorifiques

B3.4 L'hygiène des ustensiles

B4 Les règles d'Hygiène inhérentes aux locaux

B5 Le respect de la sécurité

B6 L'élaboration du planning de nettoyage

B7 Connaître les principes du plan HACCP

B7.1 Les fondements du plan HACCP

B7.2 L'identification des points critiques du rayon

B7.3 La maîtrise des risques : le principe de l'autocontrôle

B8 Connaître les dates limites de consommation

B8.1 Les dates limites de consommation

C Maîtriser la Traçabilité des produits en rayon

C1 Les textes réglementaires

C1.1 Le Règlement CE 178/2002 du 28 janvier 2002

C1.2 La Note de service de la DGAL, SDRCCC/N2005-8026 du 20 janvier 2005

C2 Mise en application en rayon

C2.1 Les documents de Traçabilité

C2.2 Les dates de retrait

D Maîtriser l'étiquetage au rayon

D1 Les mentions obligatoires et facultatives

D2 Les OGM et les Allergènes

E Connaître les indications de poids et de prix

Objectifs

Permettre d'acquérir les méthodes et techniques de vente et de conseil afin d'améliorer les attitudes et comportement, de développer l'argumentation et la vente additionnelle, de fidéliser la clientèle en présentant une image de professionnel et de conseiller, et de dynamiser les performances du rayon.

Contenu

A Connaître les principes de base de la communication appliquée

A1 Définitions

- A1.1 Le schéma de la communication
- A1.2 Les conditions d'une bonne communication
- A1.3 Le Feedback
- A2 Etre à l'écoute de la clientèle
- A2.1 L'écoute active
- A2.2 Les corrections de langage

B Maîtriser la vente directe

- B1 Définition du rôle de vendeur
- B1.1 Définition de la vente
- B1.2 Les attentes de la clientèle
- B1.3 Le rôle du vendeur dans la relation avec le client
- B2 L'accueil client
- B2.1 L'attitude d'accueil positive
- B2.2 Détection du bon moment d'intervention
- B2.3 La recherche des besoins
- B2.4 L'argumentation
- B2.5 Les différentes étapes de la vente
- B2.6 Les ventes complémentaires et additionnelles
- B2.7 La gestion de la file d'attente et des réclamations
- B2.8 La prise de congé et la fidélisation de la clientèle
- B2.9 Les prises de commande personnalisées
- B2.10 Les points clés du service

C Pouvoir conseiller les clients

- C1 La présentation des produits
- C1.1 Le comparatif de qualité : Labels, AOP, critères de qualité
- C1.2 L'orientation des ventes
- C1.3 Les conseils culinaires et les associations de vin

D Connaître la typologie des clients

- D1 Classement des clients selon leur attitude
- D1.1 Les différents types de clients
- D1.2 L'attitude à adopter selon le type de client
- D1.3 Les motivations et freins à l'achat : Le SONCAS

E. Mettre en place la politique promotionnelle

- E1 Préparation des promotions
- E1.1 Stratégie de choix de promotion
- E1.2 Objectifs et principes d'une promotion
- E2 Programmation des promotions
- E2.1 Programmation promotionnelle et ses conséquences

E3 Réalisation de promotions

- E3.1 Outils d'aide à la promotion
- E3.2 Mise en avant des produits
- E3.3 Suivi de l'historique des promotions
- E3.4 Performances des promotions

PUBLIC :

Responsable de département
Responsable de rayon
Adjoint de rayon
Vendeur (se) et employé (e)

DURÉE :

4 heures pour les responsables de département
7 heures pour les adjoints de rayon, les responsables et les vendeurs

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Guide de formation

PUBLIC :

Responsable de rayon
Adjoint de rayon
Vendeur (se) et employé (e)

DURÉE :

13 heures pour les adjoints de rayon et les responsables
3 heures pour les vendeurs

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Guide de formation

Objectifs

Savoir identifier les différents types de démarque afin de pouvoir mettre en place des actions correctrices.

Savoir effectuer la saisie et l'analyse rigoureuse des pertes afin d'en limiter les conséquences négatives sur les résultats du rayon.

Contenu

A Connaître la démarque

A1 Définir la démarque

A1.1 Les différents types de démarque

A2 Mettre en place des actions correctrices

B Maîtrise des pertes

B1 Identifier la cause des pertes et y remédier

B1.1 Les pertes sur le rayon

B1.2 Les actions préventives

B1.3 Les actions correctrices

B2 La saisie des pertes

B2.1 La saisie manuelle

B2.2 La saisie informatique

B2.3 Analyse des pertes et actions correctrices

B2.4 Le taux de pertes

CONNAÎTRE LE PRIX DE VENTE ET LA MARGE

Objectifs

Connaître les indicateurs de gestion de manière à savoir effectuer tous les calculs commerciaux inhérents au rayon dans le cadre législatif actuel.
Savoir calculer précisément les rendements matières des produits afin d'en limiter les conséquences négatives sur le taux de marge brute.

Contenu

A Connaître les indicateurs de gestion

- A1 Définir les indicateurs
- A2 Définition des indicateurs utilisés
- A3 Analyse des indicateurs

B Connaître le mécanisme de la TVA

- B1 Définir la TVA
- B2 Calcul de la TVA
- B3 Calcul du prix TTC par rapport au prix HT

C Connaître le cadre législatif

- C1 Notion de marges arrières
- C2 Notion de coopération commerciale
- C3 Décryptage du nouveau dispositif législatif : Loi Dutreil-Jacob

D Savoir effectuer les calculs commerciaux

- D1 Le calcul de marge
 - D1.1 Marge Brute première
 - D1.2 La marge en 3 fois net
 - D1.3 Le calcul du SRP
- D2 Calcul du taux de marge
- D3 Calcul du prix de vente
 - D3.1 Les éléments constitutifs du prix de vente
 - D3.2 Calcul du coefficient de marge
 - D3.3 Calcul du prix de vente
 - D3.4 Applications et synthèse

E Savoir calculer un rendement

- E1 L'importance des rendements
 - E1.1 Les rendements matières
 - E1.2 Les différents types de freintes
 - E1.3 Les rendements totaux
 - E1.4 Les rendements financiers
- E2 Calculer les rendements
 - E2.1 Calcul du rendement et du taux de freintes
 - E2.2 Calcul du coefficient de transformation
 - E2.3 Conséquences des rendements sur la marge brute

PUBLIC :

Responsable de rayon
Adjoint de rayon
Vendeur (se) et employé (e)

DURÉE :

7 heures pour les adjoints de rayon et les responsables
4 heures pour les vendeurs

MÉTHODES
PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Guide de formation
Compte rendu détaillé

PUBLIC :

Responsable de département
Responsable de rayon

DURÉE :

14 heures pour les responsables
de rayon

7 heures pour les responsables
de département

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Compte de rendu
Guide de formation
Compte de résultat
Tableau de bord

Objectifs

Connaître les éléments constitutifs et les objectifs d'un compte de résultats simplifié, savoir l'élaborer et l'interpréter.

Connaître les différents paramètres rentrant dans la composition d'un tableau de bord permettant d'effectuer un diagnostic rapide de l'activité du rayon et de mettre en place un plan d'actions correspondant.

Connaître la contribution de chaque famille de produit à la marge globale du rayon afin d'effectuer les calculs de compensation de marge permettant de la stabiliser quelles que soient les actions promotionnelles mises en œuvre.

Contenu

A Savoir effectuer un compte de résultat simplifié

- A1 Intérêt du compte de résultat
- A2 Élaboration du compte de résultat
 - A2.1 Les différents postes à calculer
 - A2.2 Création du tableau général

B Gérer les pertes

- B1 Identification des pertes
- B2 Intégration des pertes dans le compte de résultat

C Savoir élaborer un tableau de bord

- C1 Intérêt de la gestion théorique
- C2 Utilisation des tableaux de bord
 - C2.1 Les paramètres de rentabilité
 - C2.2 Les paramètres de productivité
 - C2.3 L'élaboration du tableau de bord
 - C2.4 Comparatif avec les objectifs fixés

D Savoir utiliser un tableau de bord

- D1 Elaboration du tableau
 - D1.1 Les quotas par famille
- D2 Interprétation des résultats
 - D2.1 Les courbes de variation
 - D2.2 Synthèse et analyse
 - D2.3 Actions correctrices consécutives

E Savoir effectuer une péréquation de marge

- E1 Les taux de marge par famille
 - E1.1 Le principe de calcul
 - E1.2 La moyenne pondérée
- E2 Le taux de marge pondéré
 - E2.1 Principe de calcul
 - E2.2 Applications
- E3 Le poids des promotions
 - E3.1 Principe de calcul
 - E3.2 La péréquation de marge

SAVOIR MESURER LES PERFORMANCES

Objectifs

Savoir mesurer et analyser le comparatif entre les objectifs assignés et les performances réalisées afin d'élaborer un plan de développement correspondant.

Contenu

A Mesurer les écarts

- A1 Synthèse des chiffres réalisé sur la période
- A2 Comparaison des objectifs avec le réalisé

B Analyser des écarts

- B1 Analyse des écarts chiffrés
- B2 Contrôle de l'application des objectifs

C Fixer de nouveaux objectifs

- C1 Définition du chiffre d'affaires prévisionnel
- C2 Définition du taux de marge prévisionnel

D Mettre en place un plan de développement

- D1 Amélioration à apporter
- D2 Élaboration d'un plan de suivi du rayon

PUBLIC :

Responsable de département
Responsable de rayon

DURÉE :

7 heures pour les adjoints de rayon et les responsables
4 heures pour les vendeurs

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Documentation
Livret Pédagogique
Exercices d'application

OUTILS :

Compte rendu détaillé