



**DÉPARTEMENT MERCHANDISING ET DISTRIBUTION**

*Partenaire-conseil de la distribution*

**Conseil - Etudes - Ingénierie - Formation**

*Les métiers du rayon Pâtisserie*

**Catalogue de formation**





# Sommaire

---

## LES STAGES ..... PAGES 1 À 10

### **PILOTAGE**

DIRIGER UN RAYON.....	1
-----------------------	---

### **TECHNIQUES DE VENTE**

TECHNIQUES DE VENTE .....	2
---------------------------	---

### **GESTION**

INITIATION A LA GESTION .....	3
-------------------------------	---

GESTION DU RAYON .....	4
------------------------	---

### **TECHNIQUES PROFESSIONNELLES**

TECHNIQUE D'ECRITURE.....	5
---------------------------	---

DECORS BUCHES ET ENTREMETS.....	6
---------------------------------	---

DÉCORS EN SUCRE.....	7
----------------------	---

DÉCORS EN CHOCOLAT.....	8
-------------------------	---

### **MERCHANDISING**

CONNAITRE L'ESSENTIEL DU RAYON TRADITIONNEL PÂTISSERIE.....	9
---	---

CONDUITE DU RAYON.....	10
------------------------	----

## LES MODULES ..... PAGES 12 À 26

<b>MODULE 1</b> COMMENT ANALYSER L'ACTIVITÉ DU RAYON .....	12
--	----

<b>MODULE 2</b> BIEN CONNAITRE LES PERFORMANCES ET LES RATIOS.....	13
--	----

<b>MODULE 3</b> COMMENT FIXER LES OBJECTIFS ET ETABLIR LE PLAN D'ACTION.....	14
--	----

<b>MODULE 4</b> BIEN CONNAITRE LE CONSOMMATEUR POUR ADAPTER SON RAYON .....	15
---	----

<b>MODULE 5</b> CONNAISSANCE DES PRODUITS.....	16
--	----

<b>MODULE 6</b> CHOISIR L'ASSORTIMENT ET MAITRISER SES APPROVISIONNEMENTS.....	17
--	----

<b>MODULE 7</b> SAVOIR IMPLANter LE RAYON.....	18
--	----

<b>MODULE 8</b> BIEN TRAVAILLER LE PRODUIT .....	19
--	----

<b>MODULE 9</b> BIEN ORGANISER SON TRAVAIL.....	20
---	----

<b>MODULE 10</b> CONNAITRE L'HYGIENE ET LA RÉGLEMENTATION.....	21
--	----

<b>MODULE 11</b> BIEN VENDRE .....	22
------------------------------------	----

<b>MODULE 12</b> CONNAITRE LA DÉMARQUE ET MAÎTRISER LES PERTES.....	23
---	----

<b>MODULE 13</b> CONNAITRE LE PRIX DE VENTE ET LA MARGE.....	24
--	----

<b>MODULE 14</b> BIEN GÉRER LE RAYON .....	25
--	----

<b>MODULE 15</b> SAVOIR MESURER LES PERFORMANCES.....	26
---	----



Les métiers du rayon PATISSERIE

*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

Connaître la filière des produits  
Choisir son assortiment  
Maîtriser les approvisionnements

### SAVOIR IMPLANTER LE RAYON

Connaître les principes généraux du merchandising  
Préparer son implantation  
Réaliser son implantation  
La Remballe des produits

### BIEN TRAVAILLER LE PRODUIT

Savoir utiliser les outils  
Préparer, découper les produits  
Maîtriser des problèmes de coupe au rayon  
Savoir appliquer les soins aux produits

### 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

### METTRE EN PLACE LA FRAICHE

#### DECOUPE

Connaître le marché de la fraîche découpe  
Conceptualiser la fraîche découpe  
Mettre en place la fabrication  
Connaître les Bonnes Pratiques d'Hygiène

## 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 a 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

La 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 verbale, 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 pratique

### 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



## 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 les 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 :

Compte rendu détaillé  
Fiches recettes

## Objectifs

*Permettre aux participants de se perfectionner par acquisition des savoir faire nécessaires aux différentes techniques d'écriture applicable à tous supports et formes de pâtisserie 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 Pâtisserie  
Techniques d'écriture  
Techniques d'écritures au cornet  
Écritures glissées (gothique, appliquée)  
Écritures tombantes (arabesques, bordures)  
Application sur différents supports et formes d'entremets.  
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

## Objectifs

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

## Contenu

### BEN TRAVAILLER LE PRODUIT

Savoir utiliser les outils  
 Maîtriser les différentes fabrications de Pâtisserie  
 Décors bûches et entremets  
 Les entremets  
 Montages d'entremets en cadres et cercles  
 Adaptation des différents biscuits  
 Fabrication de mousses, bavaroises et appareils à textures nouvelles  
 Fabrication des bûches  
 Réalisation des trois types de bûches (fruits frais, secs, chocolat)  
 Techniques de montage à partir du cadre  
 Finition à la poche et fabrication des sujets de Noël  
 La fabrication des Tartes de saisons  
 Fabrication de tartes avec différentes pâtes et mélanges de fruits  
 Adjonction de textures cuites et crues (gelées, feuilletine,...)  
 Décoration en fruits coupés  
 Réalisations de recettes personnalisées au magasin  
 Les Décors chocolat  
 Maîtriser les problèmes de conservation au rayon  
 Soins aux produits  
 Les fiches recettes  
 Constitution du fichier recette sur outil informatique  
 Elaboration et mise à jour du Mercurial matières premières  
 Suivi du fichier

### 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 les 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 :

Compte rendu détaillé  
 Fiches recettes

### PUBLIC :

Responsable de rayon  
Adjoint de rayon  
Ouvrier de fabrication et transformation

### DURÉE :

2 jours pour les responsables et les 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 :

Compte rendu détaillé  
Fiches recettes

## Objectifs

*Permettre aux participants de se perfectionner par acquisition des savoir faire nécessaire aux différentes techniques de fabrication des décors sucre, au travail de la nougatine, à la finition à la poche, du cornet, de mise en valeur, 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 Pâtisserie  
Décors sucre  
Les Pièces montées  
Croquembouches : réalisation d'une pièce classique et à thème  
Travail de la nougatine  
Finition à la poche et cornet, mise en valeur  
Les divers décors en sucre.  
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

## DECORS EN CHOCOLAT

## Objectifs

*Permettre aux participants de se perfectionner par acquisition des savoir faire nécessaire aux techniques de fabrication des décors chocolat 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 Pâtisserie  
 Les Décors chocolat  
 Mise au point des couvertures noires, lait, ivoires et pâte à glacer  
 Travail sur rhodoids neutres et imprimés  
 Fabrication à la palette en surimpression  
 Finitions glaçages (miroir couleur, marbrage, chocolat...)  
 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 les 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 :

Compte rendu détaillé  
 Fiches recettes

### 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 pratique

### 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

#### CONNAÎTRE L'HYGIENE ET LA REGLE- MENTATION

Connaître les Bonnes pratiques d'Hygiène spécifiques des rayons  
Connaître les dispositions réglementaires 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 PERFORMAN- CES

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

## CONDUITE DU RAYON PÂTISSERIE

## 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

Connaître la filière des produits  
Choisir son assortiment  
Maîtriser les approvisionnements

## SAVOIR IMPLANTER LE RAYON

Connaître les principes généraux du merchandising  
Préparer son implantation  
Réaliser son implantation  
La Remballe des produits

## BIEN TRAVAILLER LE PRODUIT

Savoir utiliser les outils  
Préparer, découper les produits  
Maîtriser des problèmes de coupe au rayon  
Savoir appliquer les soins aux produits

## 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

## 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

*Les métiers du rayon* PATISSERIE

# *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 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 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

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

## 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 synthèse des données  
chiffrées

### PUBLIC :

Responsable de Département  
Responsable de rayon

### 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 différentes pâtes
  - A1.2 La composition des différentes crèmes
  - A1.3 La composition des nappages et glaçages
  - A1.4 La composition des décors
  - A1.5 La composition des produits complémentaires utilisés
  - A1.6 Valeurs nutritionnelles des produits finis
- A2 Les différents conditionnements
  - A2.1 Le conditionnement en barquette
- 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 produits d'assemblage
  - B1.2 Les produits secs, lyophilisés, appertisés
  - B1.3 Les produits surgelés
  - B1.4 les produits sous vide

## C Les classifications commerciales

- C1 Les appellations commerciales des matières premières
  - C1.1 Les fonds précuits
  - C1.2 Les produits appertisés
  - C1.3 Les nappages et glaçages
  - C1.4 Les corps gras et ovo produits
- C2 Les classifications commerciales
  - C2.1 Les tartes
  - C2.2 Les Entremets et Bavaoïses
  - C2.3 Les Fôrets noires
  - C2.4 Les Choux
  - C2.5 Les autres produits
- C3 Les critères qualitatifs et les mentions
  - C3.1 Les différents degrés de qualité
  - C3.2 Les labels et appellations régionales
- 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 produits d'assemblages (fonds, biscuits, crèmes...)
- A2 Les fournisseurs de produits surgelés
- A3 Les fournisseurs d'épicerie sucrée
- 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 Tartes
  - B5.2 L'assortiment Entremets et Bavarois et Mousses
  - B5.3 L'assortiment Forêts noires
- B6 Le cycle de vie des produits
  - B6.1 La durée de vie des produits de pâtisserie
- 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 département  
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, 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

### Objectifs

Permettre la maîtrise de l'ensemble des process de fabrication des produits, préparation, cuisson et décoration en utilisant :

- le fichier de fabrication et de calcul de prix de revient avec objectif de marge
- les fiches décoration avec photos

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
- A2 Le matériel de cuisson
  - A2.1 Les fours rotatifs
  - A2.2 les fours à sole
- A3 Les ustensiles
- A4 Le matériel de refroidissement et de surgélation

#### B Maîtriser les différentes fabrications de Pâtisserie

- B.1 Décors bûches et entremets
  - B1.1 Les entremets
  - B1.2 Montages d'entremets en cadres et cercles
  - B1.3 Adaptation des différents biscuits
- B2 Fabrication de mousses, bavaroises et appareils à texture nouvelles
- B3 Fabrication des bûches
  - B3.1 Réalisation des trois types de bûches (fruits frais, secs, chocolat)
  - B3.2 Techniques de montage à partir du cadre
  - B3.3 Finition à la poche et fabrication des sujets de Noël
- B4 La fabrication des Tartes des saisons
  - B4.1 Fabrication de tartes avec différentes pâtes et mélanges de fruits
  - B4.2 Adjonction de textures cuites et crues (gelées, feuilletine,...)
  - B4.3 Décoration en fruits coupés
- B5 Réalisations de recettes personnalisées au magasin
- B6 Les Décors chocolat
  - B6.1 Mise au point des couvertures noires, laites, ivoires et pâte à glacer
  - B6.2 Travail sur rhodoïds neutres et imprimés
  - B6.3 Fabrication à la palette en surimpression
  - B6.4 Finitions glaçages (miroir couleur, marbrage, chocolat...)
- B7 Techniques d'écriture
  - B7.1 Techniques d'écritures au cornet

- B7.2 Ecritures glissées (gothique, appliquée)
- B7.3 Ecritures tombantes (arabesques, bordures)
- B7.4 Application sur différents supports et formes d'entremets.
- B8 Décors sucre
- B9 Les Pièces montées
- B10 Croquembouches : réalisation d'une pièce classique et à thème
- B11 Travail de la nougatine
- B12 Finition à la poche et cornet, mise en valeur
- B13 Les divers décors en sucre.

#### 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

### 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



## 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
  - C1.3 Les cadenciers de production
- 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 Auto Diagnostic
  - 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 jour 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

### 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

### PUBLIC :

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 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 Les schémas de la communication

##### A1.2 Les conditions d'une bonne communication

##### A1.3 Le Feedback

#### A2 Être 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 additionnelles

##### 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 commandes 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

## 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 réalisés sur la période
- A2 Comparaison des objectifs avec le réalisé

### B Analyser des écarts

- B1 Analyse des écarts chiffres
- 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 rayon  
Adjoint de rayon  
Vendeur (se) et employé (e)

## DURÉE :

7 heures pour les responsables de rayon  
4 heures pour les responsables de département

## MÉTHODES

### PÉDAGOGIQUES :

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

## OUTILS :

Compte rendu détaillé