



Former pour Progresser

CATALOGUE

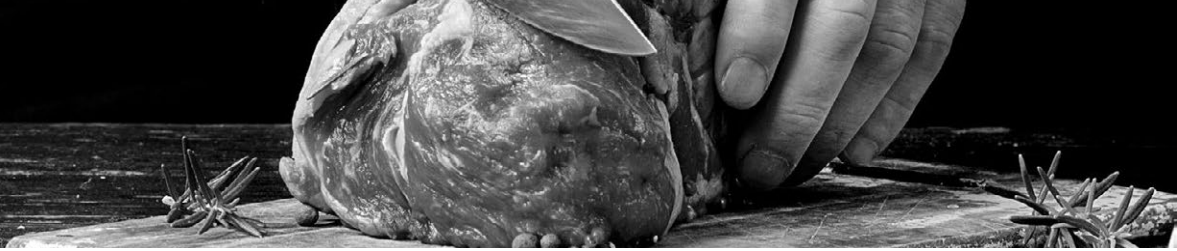
des

Formations





Former pour Progresser



Catalogue des Formations

EBF101
EBF102
EBF103
EBF104
EBF105
EBF106
EBF107

EBF201
EBF202
EBF203
EBF204
EBF205
EBF206

EBF301
EBF302
EBF303
EBF304
EBF305

EBF401
EBF402
EBF403
EBF404
EBF405
EBF406
EBF407
EBF408
EBF409

CONSEIL • FORMATION • ACCOMPAGNEMENT

S.A.S EB FORMATION - 6 rue du clos de la fonchais, 35600 REDON - 02 99 72 20 09

contact@eb-formation.com - www.eb-formation.com

SIRET : 750 163 941 00024 - Code APE : 8559A



EBF501
EBF501-1
EBF502

EBF601
EBF602
EBF603

EBF701
EBF702

EBF801
EBF802

EBF901
EBF902

EBF1001
EBF1002

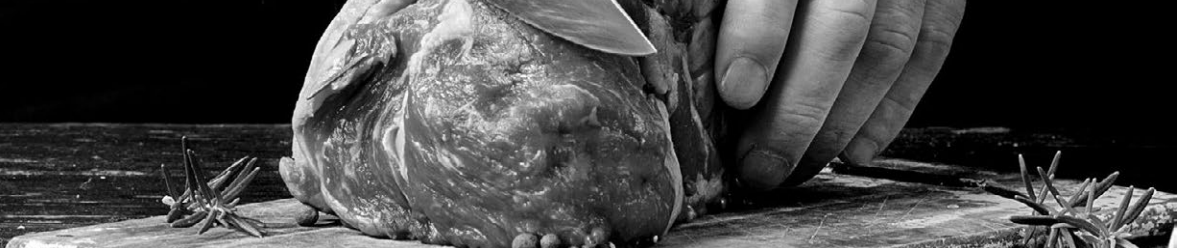
EBF1401
EBF1402
EBF1403

EBF1501
EBF1502

EBF1601



Former pour Progresser



EBF1201
EBF1202

EBF1301

EBF001+RAY

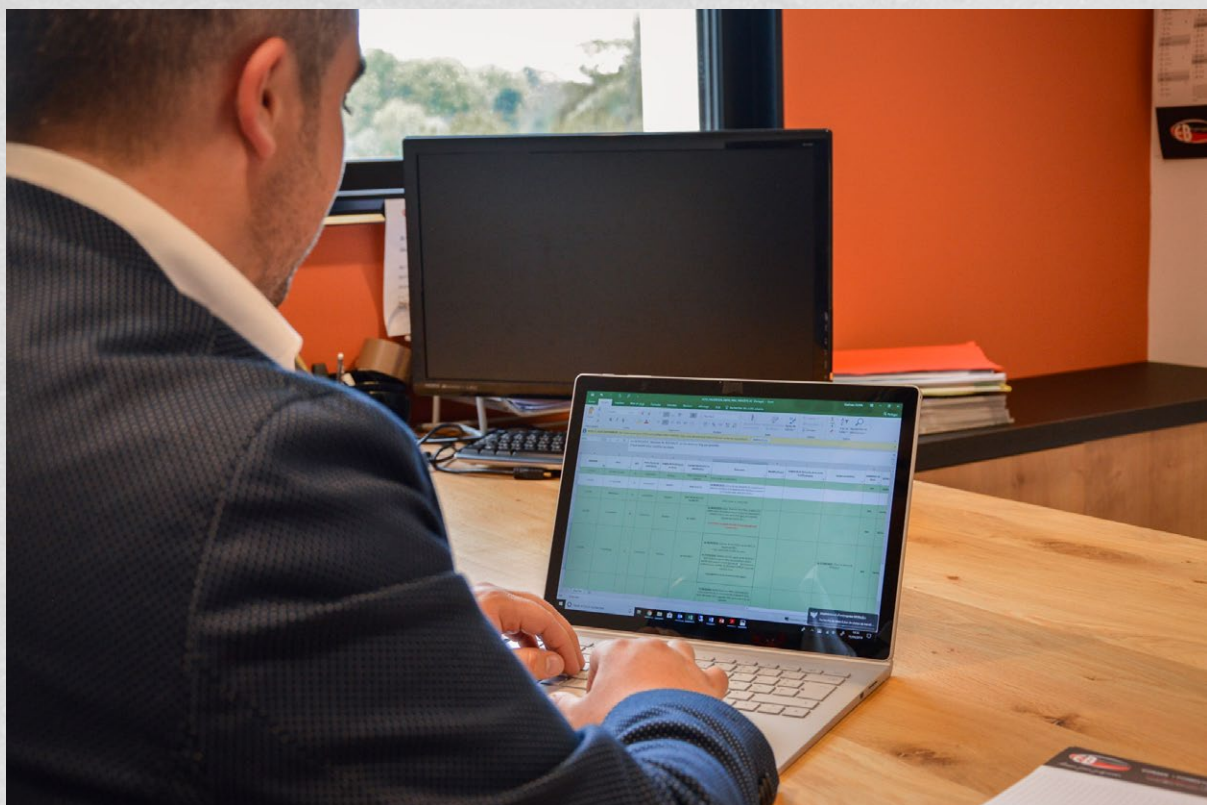
CONSEIL • FORMATION • ACCOMPAGNEMENT

S.A.S EB FORMATION - 6 rue du clos de la Fonchais, 35600 REDON - 02 99 72 20 09

contact@eb-formation.com - www.eb-formation.com

SIRET : 750 163 941 00024 - Code APE : 8559A

GESTION



Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Construire la stratégie économique du rayon à l'aide des indicateurs précis
- Anticiper les situations à risque par la construction d'un plan d'action
- Adapter sa tactique d'achats et lever les points bloquants



Objectifs pédagogiques :

- Appliquer les notions précises concernant les achats et la maîtrise des approvisionnements
- Evaluer son chiffre d'affaires afin de le développer



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Responsable des rayons frais

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. LES ACHATS

- Définir la notion d'achat
- L'évolution du marché
- La qualité à respecter
- Les éphémérides à prendre en compte
- La saisonnalité des produits
- Le choix des assortiments
- Les quantités à commander

2. LES APPROVISIONNEMENTS

- La méthodologie des commandes
- Les différentes sources
- La gestion des stocks

3. LA RENTABILITÉ

- Définir le terme de rentabilité économique
- Sélectionner des critères
- Les méthodes de calcul
- Les outils d'aide au calcul

4. LE DÉVELOPPEMENT DU CHIFFRE D'AFFAIRES

- Mesurer les résultats
- Elaborer et suivre les tableaux de bord
- La productivité horaire
- Les points d'amélioration

5. LES CALCULS COMMERCIAUX

- Les composants du prix de vente
- Les pondérations
- Les contre promotions
- L'analyse des coûts



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours** : la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

EntièreRayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Analyser le résultat du rayon à l'aide des outils de gestion
- Evaluer la gestion globale



Objectifs pédagogiques :

- Reconnaître les notions précises concernant les achats et les approvisionnements
- Analyser son chiffre d'affaires, à l'aide des indicateurs de performance



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours :** la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié

par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. PLUS DE MARGE AVEC DE MEILLEURS ACHATS

- Définir la marge « brute »
- Choisir les matières premières
- Définir les conditionnements

2. PLUS DE MARGE AVEC UN MEILLEUR TRAVAIL

- Gérer les stocks
- Gérer la freinte et le vol
- Gérer la matière « non consommable »
- Optimiser les heures travaillées

3. PLUS DE MARGE AVEC UNE MEILLEURE GESTION

- Comparer les fournisseurs
- La péréquation des tarifs
- Organiser et préparer les inventaires
- La marge brute et la marge semi-nette



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier les différents indicateurs de gestion du rayon
- Analyser les résultats de son rayon afin de le pérenniser
- Définir des indicateurs de pilotage pertinents
- Mettre en place un plan d'action



Objectifs pédagogiques :

- Reconnaître les notions clés du pilotage de son activité
- Créer des tableaux de bord efficaces à l'aide des logiciels spécifiques



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Responsable des rayons frais

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. LES INDICATEURS DE GESTION

- Qu'est-ce qu'un tableau de bord ?
- Les différents tableaux de bord
- Méthodologie de construction du tableau de bord
- Adapter le contenu et la fréquence du tableau de bord

2. LES OUTILS DE PERFORMANCE D'UN RAYON

- Les outils de suivi du chiffre d'affaires
- Les outils de suivi des marges

3. CONTRÔLER SA PERFORMANCE

- Les prix de vente
- Les stocks
- Les marges
- La démarque

4. VALORISER SON RAYON

- Les principes
- Les actions de valorisation

5. LE SUIVI DE L'ANALYSE DES VENTES

- Le contrôle des sorties
- La connaissance de ses ventes
- Comment optimiser ses promotions

6. LE SUIVI DE L'ANALYSE DES MARGES

- Les marges d'entrées
- Les marges de sorties

7. LES DÉMARQUES ET LES OUTILS SPÉCIFIQUES POUR LE SUIVI DE GESTION

- La gestion quotidienne
- Les tableaux de bord : constats, analyses, plan d'action
- Les logiciels spécifiques



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



PILOTER ET SUIVRE SES TABLEAUX DE BORD DE GESTION

EBF103



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours** : la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier les enjeux et les leviers d'actions de la gestion de son rayon
- Mesurer l'impact économique et financier de ses décisions opérationnelles



Objectifs pédagogiques :

- Analyser les principaux outils de pilotage du rayon
- Analyser les résultats économiques de l'activité du rayon



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. LES PRINCIPAUX ENJEUX DE LA GESTION

- Prendre conscience des enjeux humains
- Connaître les contraintes financières du rayon, leur impact
- Comprendre l'évaluation de l'activité par la valeur ajoutée, le résultat d'exploitation

2. PILOTER LES COÛTS DE L'ACTIVITÉ EN RAYON

- Les enjeux stratégiques
- Les facteurs de compétitivité du rayon
- L'environnement financier
- La lecture et l'analyse du compte de résultat
- Les différents calculs de coûts
- L'analyse des marges et la détermination des seuils

3. LA STRATÉGIE À METTRE EN PLACE

- Le choix d'une stratégie après analyse de la position du rayon
- La fixation des objectifs et leur déclinaison en rayon
- Le contrôle, le diagnostic des résultats et le suivi des performances



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours** : la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Analyser les normes des principaux ratios d'activité
- Définir les indicateurs de rentabilité et de production d'un rayon



Objectifs pédagogiques :

- Distinguer les notions de calcul des ratios et des rendements
- Appliquer les ratios et les rendements adaptés
- Analyser l'activité de son rayon par des ratios pertinents



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours :** la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié

par EB FORMATION dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. RATIOS DE MESURE DE L'ACTIVITÉ

- Chiffre d'affaires par secteur
- Chiffre d'affaires global
- Calculer ses rendements

2. RATIOS DE MESURE DE LA RENTABILITE

- Marge brute
- Marge commerciale

3. PLUS DE MARGE AVEC UNE MEILLEURE GESTION

- Productivité horaire
- Frais de personnel en valeur et pourcentage
- Marge semi nette

4. AUTRE RATIOS

- Les coûts : stocks, freinte, emballage
- Les ratios de fréquence : panier moyen, taux de transformation, nombre d'articles par panier...



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Intégrer une méthodologie efficace de gestion des opérations promotionnelles dans son rayon
- Gérer ses opérations commerciales en suivant les quatre étapes préconisées



Objectifs pédagogiques :

- Reconnaître les différentes étapes des opérations promotionnelles
- Appliquer la communication relative aux opérations promotionnelles
- Analyser les résultats économiques de l'opération promotionnelle



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Responsable des rayons frais

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. DÉFINIR LES CARACTÉRISTIQUES DE L'OPÉRATION PROMOTIONNELLE

- Définir une opération promotionnelle
- Le contexte et les enjeux de l'opération
- Identifier les spécificités de l'opération promotionnelle

2. CHOISIR LES PRODUITS ADAPTÉS

- Connaître les caractéristiques des produits attendus par nos clients
- Constituer une opération promotionnelle pertinente
- Définir les responsabilités des acteurs de l'opération promotionnelle
- Monter et organiser l'opération promotionnelle

3. ANIMER ET COMMUNIQUER AUTOUR DE L'OPÉRATION PROMOTIONNELLE

- Recenser les supports de communication
- Manager les différents intervenants
- Gérer la communication opérationnelle en utilisant les outils adéquats

4. COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE

- Identifier les étapes d'une communication promotionnelle
- Réaliser le « feed-back » et le reporting
- Prévoir les étapes de suivi
- Réaliser les bilans : bilans partiels/bilan final



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours** : la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Construire une trame de travail afin d'évaluer la performance du rayon.
- Analyser les indicateurs économiques et de productivité et mettre en place un plan d'action.



Objectifs pédagogiques :

- Nommer les principaux indicateurs économiques utilisés pour évaluer la performance du rayon.
- Analyser les données de productivité de l'équipe et proposer des mesures correctives si nécessaire.
- Appliquer les techniques d'analyse commerciale pour évaluer la performance du rayon et prendre des décisions adaptées.



Effectif : entre 1 et 4 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel et documents préconisés par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.

Date et lieu :

- **De 1 à 2 jours :**
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- **FORMATION À DISTANCE POSSIBLE**



Profil du formateur : formateur qualifié

par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. SUIVI DES INDICATEURS ÉCONOMIQUES :

- Évolution du CA à N-1.
- Fréquentation et panier client.
- Analyse de la marge du mois précédent.
- Taux de casse et évolution.
- Retour chiffré sur les dernières fabrications et détention des gammes.
- Évolution des équipes.

2. SUIVI DE LA PRODUCTIVITÉ DES ÉQUIPES :

- Fixer des objectifs.
- Impliquer les membres de l'équipe.
- Mettre en place de process.
- Analyser la productivité.

3. SUIVI COMMERCIAL

- Analyse de la dynamique commerciale
- Catalogue
- Contre promos
- Les points forts du mois précédent.



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Méthode interrogative
- Apports méthodologiques terrain



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'une grille d'évaluation et des séquences réflexives.
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation de la formation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

VENTE



Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Proposer une suggestion de produits en utilisant un argumentaire client
- Appliquer une technique de vente efficace
- Construire un acte de vente dynamique et convaincant



Objectifs pédagogiques :

- Reconnaître les quatre phases de l'entretien de vente
- Analyser les besoins des clients par un questionnement adapté
- Appliquer la méthodologie adaptée à chaque situation



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. LES DIFFÉRENTES PHASES DE VENTE

- Contacter
- Connaître
- Convaincre
- Conclure

2. CONTACTER

- Présentation
- Comportement

3. CONNAÎTRE

- L'écoute
- Les différents types de consommateurs
- L'adaptation du langage
- Le vocabulaire adapté
- Des attitudes adaptées

4. CONVAINCRE

- Comment argumenter
- Les avantages pour le client

5. CONCLURE

- Fidélisation du client
- Recommandation de nos produits/services

6. LE VOCABULAIRE ADAPTÉ À L'ARGUMENTATION CLIENT

- Les caractéristiques des produits
- Promouvoir le produit



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours** : la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Développer ses compétences en vente complémentaire
- Faire évoluer le chiffre d'affaires de son rayon



Objectifs pédagogiques :

- Identifier le besoin de son client lors de la phase d'écoute
- Analyser les composantes d'un acte de vente



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours :** la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. LES ENJEUX DE LA VENTE COMPLÉMENTAIRE

- Les objectifs de la vente complémentaire
- Les freins à la vente complémentaire
- Différencier vente complémentaire et vente supplémentaire
- Le cross merchandising et la valeur ajoutée du vendeur en magasin

2. CONSTRUIRE UNE PASSERELLE ENTRE LA VENTE PRINCIPALE ET LES SUIVANTES

- Anticiper par une découverte pertinente les besoins du client
- Utiliser les éléments de réponse du client à bon escient
- Faciliter la proposition complémentaire
- Susciter le besoin du client

3. ARGUMENTER LA PROPOSITION ADDITIONNELLE

- Conditions favorables à une bonne proposition
- Quand et comment réaliser la proposition puis conclure la vente



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fromage, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Conseiller un client sur les produits/services du magasin
- Répondre aux attentes du client et le fidéliser à l'enseigne
- Renforcer sa connaissance sur les produits et services du rayon



Objectifs pédagogiques :

- Reconnaître les différentes phases de l'entretien de vente pour une prise en charge adaptée
- Identifier les attentes du client lors de la phase d'écoute
- Appliquer la méthodologie adaptée pour lui apporter une réponse personnalisée



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours :** la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)



Profil du formateur : formateur qualifié

par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. LA PHASE D'ÉCOUTE DU CLIENT

- La prise en compte des besoins du client
- La prise en compte des attentes du client
- Le type de question à poser pour arriver à une découverte complète

2. LE CONSEIL CLIENT

- Connaître son rayon et les produits/services du rayon
- Connaître l'utilisation des produits/services du rayon

3. DÉVELOPPER LA RELATION CLIENT

- L'écoute
- Identification des produits susceptibles de répondre aux besoins et aux attentes du client et présentation de ces produits

4. CONVAINCRE

- Comment argumenter
- Les avantages pour le client

5. CONCLURE

- Fidélisation du client
- Recommandation de nos produits/services



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Préserver une relation commerciale de qualité par la mise en place de solutions adaptées pour régler les réclamations
- Appliquer les procédures d'une réclamation liées à la politique du magasin



Objectifs pédagogiques :

- Reconnaître la phase réclamation de l'entretien de vente afin d'adapter sa posture
- Identifier les réclamations des clients et le degré d'insatisfaction
- Appliquer la méthodologie adaptée afin d'y répondre et d'assurer la vente



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Responsable des rayons frais
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. LA NATURE DE LA RECLAMATION CLIENT

- Identifier la nature de la réclamation
- Identifier le principal frein à l'achat du client
- Orienter le client vers le bon interlocuteur le cas échéant

2. LES CAUSES D'UNE RECLAMATION CLIENT

- Le questionnement adapté
- Recueillir les éléments factuels nécessaires à la résolution du problème

3. LES PROCEDURES D'UNE RECLAMATION

- La politique magasin en termes de fidélisation de la clientèle
- Explication au client des procédures en vigueur dans le rayon
- Traitement de la réclamations client

4. SITUATION CONFLICTUELLE AVEC LE CLIENT

- Identifier les situations difficiles avec les clients
- Proposer une solution individualisée
- Conclure efficacement une situation difficile

5. FIDELISATION ET ORIENTATION DES CLIENTS VERS UN NOUVEL ACHAT

- Consigne de fidélisation appliquée par le magasin
- Orientation du client vers un nouvel achat



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours** : la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fromage, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Apporter une valeur ajoutée à son rayon
- Adapter son comportement face aux besoins des clients
- Renforcer la relation client par une connaissance approfondie de sa typologie



Objectifs pédagogiques :

- Adopter une posture positive et accueillante face aux clients
- Identifier les enjeux liés à la relation client



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. APPRENDRE LES CONDITIONS DE LA POSTURE

- Les enjeux d'une posture 100% client
- Identifier les freins et obstacles et comment les contourner
- Mettre en perspective la notion de posture 100% client

2. ADOPTER UNE ATTITUDE POSITIVE ET CONSTRUCTIVE

- Expérimenter les postures d'antagonisme, d'isolement, de coopération et de service
- Mettre en pratique ces concepts dans un cadre magasin
- Faire le bilan sur ses pratiques et sur le mode de fonctionnement du client
- Identifier les axes de progrès personnels

3. CARACTÉRISER SA VALEUR AJOUTÉE CLIENT

- Identifier sa place dans l'entreprise et la valeur ajoutée de son poste
- Trouver des moyens concrets pour augmenter le service rendu à ses clients
- Mettre en place un plan d'actions réaliste et progressif

4. RENFORCER LA RELATION AVEC SES CLIENTS

- Ecoute active du client pour une analyse approfondie de leurs attentes
- Mesurer et améliorer la satisfaction client dans le but de le fidéliser



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



ADOPTER LA POSTURE 100% CLIENT

EBF205



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours** : la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fromage, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Proposer des aménagements commerciaux fonctionnels et créatifs
- Organiser des ateliers de pratique et de dégustation en proposant des concepts originaux
- Établir un reporting journalier de son activité
- Développer une connaissance approfondie des métiers et produits en magasin



Objectifs pédagogiques :

- Identifier les tendances actuelles pour une optimisation maximale de la visibilité des produits
- Analyser son catalogue produit et son marché
- Identifier les outils créatifs adaptés à la mise en avant des produits
- Analyser le déroulé d'un projet type et ses enjeux



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Directeur de magasin
- Responsable des rayons frais
- Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

Le poste de merchandiser a pour fonction principale d'optimiser la visibilité des produits en magasin, par la mise en place d'activités innovantes destinées à un large public.

1. LES BASES

- Histoire des grandes marques présentes en GMS
- Tendances actuelles en matière culinaires, design, web, marketing
- Définition des tendances qui marchent

2. COMPÉTENCES GÉNÉRALES

- Connaissance des métiers et produits en magasin
- Définition des objectifs commerciaux
- Analyse du marché (état existant et cahiers des charges)

3. OUTILS CRÉATIFS

- Réalisation de concepts créatifs pour les mises en avant de produits en magasin
- Optimisation de la disposition des produits
- Soigner la présentation des rayons
- Restructuration d'un espace commercial existant
- Traduction d'un nouveau concept d'espace commercial

4. CONTEXTE PROFESSIONNEL

- Devis / factures
- Chiffrages
- Déroulé d'un projet d'aménagement intérieur type

5. ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS

- Choix de critères de sélection
- Budgétisation et respect des normes
- Création d'une E-community en magasin



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours** : la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

MERCHANDISING



Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fromage, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier l'impact et les grands principes du merchandising dans son rayon
- Reconnaître les principes d'implantation d'un magasin, d'un rayon, d'un linéaire
- Mettre en place une organisation de travail adapté à la préparation des implantations



Objectifs pédagogiques :

- Analyser le linéaire afin de mieux développer ses gammes
- Reconnaître les principes de base d'implantation du magasin
- Identifier les différentes méthodes d'implantation sur le TRAD et le LS



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. LES PRINCIPES DE BASE

- Définir le « merchandising »
- Le suivi des gammes
- Le respect de la saisonnalité
- L'innovation

2. LES NOTIONS DE BASE DU MERCHANDISING

- Les 5B
- Les 20/80
- Les méthodes d'implantation
- Définir les zones d'implantation
- Comprendre le sens de circulation en magasin

3. LES PLANS PRÉCONISÉS

- L'implantation du traditionnel
- L'implantation du libre-service

4. ORGANISATION ET PRÉPARATION DES IMPLANTATIONS

- Les tâches de travail
- Les contrôles avant, pendant et après
- Le respect d'un rayon marchand
- Les différentes méthodes de présentation

5. LES DIFFÉRENTES MÉTHODES DE DÉCORATION

- Le choix du thème
- Le matériel de décoration
- Les règles esthétiques de base

6. UN ÉTIQUETAGE PRODUITS EFFICACE

- Les règles d'étiquetage et d'affichage



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fromage, fruits et légumes, marée, pâtisserie, snacking, fraîche découpe



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Appliquer les méthodes et les critères de choix pour élaborer un assortiment équilibré
- Améliorer l'offre du rayon par la mise en place d'une stratégie adaptée



Objectifs pédagogiques :

- Identifier les spécificités de l'assortiment
- Reconnaître les différents circuits composant une filière d'approvisionnement
- Identifier les différentes phases du cycle logistique des produits



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e)

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours :** la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. LES BASES D'UN ASSORTIMENT ADAPTÉ

- Les évolutions de la consommation
- Les règles de la construction de l'assortiment
- La saisonnalité des produits
- Définir et mettre en valeur un thème

2. LES BASES D'UN MERCHANDISING ADAPTÉ

- Les familles de produits
- Les références par famille
- Le cycle de vie des produits

3. LA CONSTRUCTION DE L'ASSORTIMENT

- Définir les critères de choix de l'assortiment
- Adéquation assortiment / linéaire
- Adapter à la concurrence

4. LA MISE EN PLACE DE L'ASSORTIMENT

- Les labels qualité
- Les appellations contrôlées
- Les produits et les marques
- Les références juridiques

5. L'EMPLACEMENT DES PRODUITS

- L'adaptation de l'assortiment au linéaire
- La répartition des linéaires par familles et sous familles



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fromage, fruits et légumes, marée, pâtisserie, snacking, fraîche découpe



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Appliquer les grands principes du merchandising en vue d'augmenter le CA du rayon
- Mettre en place les principes d'implantation d'un rayon, d'un linéaire en tenant compte de la saisonnalité
- Mettre en place un étiquetage efficace des produits
- Evaluer efficacement les résultats de son implantation



Objectifs pédagogiques :

- Identifier les principes de base du merchandising à appliquer dans son rayon
- Analyser les attentes des clients pour optimiser son implantation
- Définir les tâches de l'équipe en respectant la méthode d'organisation
- Identifier les méthodes de décoration et du balisage pour une mise en valeur du rayon



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- responsable de rayon
- adjoint (e) au Responsable de rayon
- employé (e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.



Date et lieu :

- **de 1 à 10 jours :** la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **salle de formation** (partie théorique)
- **poste de travail** (mise en pratique)



Profil du formateur :

formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise



Contenu

1. LES GRANDS PRINCIPES DU MERCHANDISING :

- Définir le « merchandising »
- La gamme
- Les 5B et 20/80
- Les méthodes d'implantation
- Le crossmarketing

2. LES ATTENTES DES CLIENTS :

- L'implantation du traditionnel
- L'implantation du libre – service
- Optimiser l'implantation par sa connaissance du client

3. ORGANISATION ET PRÉPARATION DES IMPLANTATIONS

- Les tâches de travail
- Les contrôles : avant, pendant, après
- Le respect d'un rayon marchand
- Les différentes méthodes de présentation

4. LES DIFFÉRENTES MÉTHODES DE DÉCORATION :

- Le choix du thème
- Le matériel de décoration
- Comment apporter de la valeur ajoutée à mon rayon ?

5. UN ÉTIQUETAGE PRODUITS EFFICACE :

- Les règles d'étiquetage et d'affichage
- Le balisage



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Exercices pratiques
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fromage, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Appliquer les techniques merchandising de séduction
- Analyser la gestion des produits festifs et sa faisabilité
- Analyser les résultats de l'opération



Objectifs pédagogiques :

- Identifier les techniques de valorisation des produits
- Analyser l'implantation des vitrines, T.G., ou crossmarketing
- Appliquer les principes d'implantation des vitrines, T.G. ou crossmarketing



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.



Contenu par séquences :

1. LES OBJECTIFS DU MERCHANDISING DE SÉDUCTION

- Les enjeux de la théâtralisation
- Les principes de mise en scène
- Le magasin : « un vendeur muet »

2. LE CHOIX DE LA THÉÂTRALISATION

- Les facteurs d'ambiance et le « merchandising sensoriel » (merchandising sensoriel)
- Les techniques de spectacles d'animations
- Les techniques promotionnelles de merchandising
- Les règles d'hygiène concernant les différentes théâtralisations

3. LA RÉALISATION D'UN RAYON VENDEUR

- La préparation de la zone d'implantation
- La mise en place des décorations et matériels
- L'organisation de l'implantation
- Les techniques de décoration et de présentation

4. LE CHOIX DES PRODUITS

- La création de sa gamme

5. LA GESTION DES PRODUITS FESTIFS

- Le coût du matériel de la présentation des produits
- La charge de travail pour la mise en place des produits
- Le calcul de la marge et l'incidence sur la marge

6. LE PRESS BOOK

- Définition du « press book »
- Mise en place du « press book »



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours** : la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fromage, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Implanter son rayon en répondant aux demandes les plus courantes
- Appliquer les principes d'un merchandising performant



Objectifs pédagogiques :

- Analyser l'implantation de son rayon
- Analyser son assortiment
- Créer un assortiment adapté aux différentes typologies de clients, à leurs attentes et pour se différencier de la concurrence



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. UN ASSORTIMENT ADAPTÉ

- Les évolutions de la consommation
- Les règles de la construction de l'assortiment
- La saisonnalité des produits
- Définir et mettre en valeur un thème

2. UN MARCHANDISAGE PERFORMANT

- Les familles de produits
- Les références par familles
- Le cycle de vie des produits

3. MIEUX CONNAÎTRE LE SECTEUR, APPROCHE GÉNÉRALE

- Histoire du rayon et de son évolution
- Les grandes tendances du moment
- Les données chiffrées du secteur

4. CONNAÎTRE SA CLIENTÈLE ET SES ATTENTES

- Connaître les typologies de clients et leurs attentes
- Savoir répondre aux demandes les plus courantes du rayon
- Evolution des pratiques et des comportements

5. LA MISE EN PLACE DE L'ASSORTIMENT

- Les labels qualités
- Les appellations contrôlées
- Les produits et les marques

6. ANALYSER SON RAYON

- Définir ses points forts et ses points faibles
- Se différencier : analyser ses concurrents et se positionner



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours** : la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

MANAGEMENT



Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fromage, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Maîtriser les outils et méthodes de management
- Appliquer un management d'équipe opérationnel



Objectifs pédagogiques :

- Reconnaître son style de management par un questionnement adapté
- Analyser ses compétences, pour être en adéquation avec son rôle et ses missions
- Evaluer l'autonomie de son équipe



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Directeur de magasin
- Responsable des rayons frais
- Responsable de rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours :** la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié

par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. LE CONCEPT DU MANAGEMENT

- Origines
- Définition
- Evolutions
- Rôles

2. LE PROCESSUS DU MANAGEMENT

- La planification
- L'organisation
- La direction
- Le contrôle

3. LES DIFFÉRENTES APPROCHES DU MANAGEMENT

- L'approche classique
- Les approches basées sur les ressources humaines
- Les approches modernes du management

4. LES DÉVELOPPEMENTS UTILES POUR L'ENTREPRISE

- L'approche managériale de l'entreprise
- Les fonctions essentielles de l'entreprise



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fromage, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Fixer un cadre et des objectifs clairs à son équipe
- Se positionner dans son équipe avec une posture managériale adaptée



Objectifs pédagogiques :

- Identifier les différentes missions d'un manager
- Définir son style de management
- Analyser les pratiques actuelles de son équipe afin de mettre en œuvre un plan d'action



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Directeur de magasin
- Responsable des rayons frais
- Responsable de rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours :** la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié

par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. SAVOIR SE POSITIONNER COMME UN MANAGER

- Qu'attend-t-on d'un manager ?
- Evaluer ses pratiques actuelles et identifier les axes d'amélioration

2. IDENTIFIER SON STYLE DE MANAGEMENT

- Identifier précisément son rôle : rôle attendu et rôle reconnu
- Découvrir son style de management et l'adapter au degré de maturité de son équipe

3. MESURER LA PERFORMANCE DE SON ÉQUIPE

- Les facteurs contribuant à l'efficacité
- Les actions à mettre en place afin d'améliorer l'efficacité de son équipe
- Mettre en œuvre un plan de mise en performance de son équipe



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fromage, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Fixer un cadre et des objectifs clairs à son équipe
- Se positionner dans son équipe avec une posture managériale adaptée



Objectifs pédagogiques :

- Identifier les différentes missions d'un manager
- Définir son style de management
- Analyser les pratiques actuelles de son équipe afin de mettre en œuvre un plan d'action



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Directeur de magasin
- Responsable des rayons frais
- Responsable de rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours :** la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié

par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. SAVOIR SE POSITIONNER COMME UN MANAGER

- Qu'attend-t-on d'un manager ?
- Evaluer ses pratiques actuelles et identifier les axes d'amélioration

2. IDENTIFIER SON STYLE DE MANAGEMENT

- Identifier précisément son rôle : rôle attendu et rôle reconnu
- Découvrir son style de management et l'adapter au degré de maturité de son équipe

3. MESURER LA PERFORMANCE DE SON ÉQUIPE

- Les facteurs contribuant à l'efficacité
- Les actions à mettre en place afin d'améliorer l'efficacité de son équipe
- Mettre en œuvre un plan de mise en performance de son équipe



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Mieux communiquer en fonction de ses interlocuteurs
- Développer sa flexibilité comportementale



Objectifs pédagogiques :

- Mieux se connaître, mieux communiquer, mieux s'adapter à son environnement et ses collaborateurs
- Mieux travailler ensemble



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Salarié de l'entreprise

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. LA MÉTHODE DISC DANS LA COMMUNICATION

- Le langage des couleurs
- Les points forts et atouts de chaque profil de communication

2. LES BESOINS ET MOTEURS DE CHAQUE PROFIL COMPORTEMENTAL

3. DÉCOUVRIR SON PROFIL COMPORTEMENTAL

- Comprendre son profil et ses effets
- Comment nous percevons-nous ?
- Quelles représentations en avons-nous

4. LA PERCEPTION PAR LES TIERS / COMMENT EVOLUONS-NOUS EN SITUATION PROFESSIONNELLE

5. RECONNAÎTRE LE PROFIL DE SON INTERLOCUTEUR

- Comprendre le comportement de l'autre
- Les forces, les faiblesses, les émotions (se mettre en phase avec son interlocuteur)
- Comment interagir au mieux avec chaque profil selon la situation

6. ADAPTER SA COMMUNICATION AU PROFIL DE SON INTERLOCUTEUR

- Décoder le comportement verbal et non verbal de chaque profil
- Comprendre les interactions entre les différents profils
- Repérer et gérer les situations de stress ou d'émotions pour mieux s'adapter



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours** : la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier les enjeux et les leviers d'actions de la gestion de son rayon
- Mesurer l'impact économique et financier de ses décisions opérationnelles



Objectifs pédagogiques :

- Analyser les principaux outils de pilotage du rayon
- Analyser les résultats économiques de l'activité du rayon



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable des rayons frais
- Directeur de magasin

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours :** la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié

par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. LA CONNAISSANCE DES FONDAMENTAUX

- Savoir évaluer le niveau d'un rayon
- Savoir identifier le potentiel d'un rayon
- Connaître les contraintes d'un rayon et leur impact
- Voir l'évolution des tendances de marché

2. DÉTERMINER LES OBJECTIFS PAR RAYON

- Estimer les améliorations à apporter
- Choisir une stratégie
- Développer ses activités

3. LE CONTRÔLE

- Mettre en place des indicateurs de contrôle
- Suivre les performances
- Observer la perception de l'image du rayon par les clients



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Tout secteur



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Appliquer les principes essentiels du management pour diriger efficacement une équipe.
- Appliquer des stratégies pour favoriser des interactions positives et productives avec l'équipe.



Objectifs pédagogiques :

- Identifier les éléments clés de la posture managériale.
- Analyser les 4 points clés pour diriger une équipe.
- Identifier les missions et styles d'un manager.



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Directeur de magasin
- Chef de secteur
- Responsable de rayon
- Personnel administratif encadrant

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation.
- Fiche d'identité du PDV + recueil besoins du directeur, dirigeant, PDG.



Date et lieu :

- **De 1 à 4 jours** : + un suivi personnalisé à programmer à + 3 mois
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)



Profil du formateur : formateur qualifié

par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. PREMIÈRE APPROCHE DE LA POSTURE MANAGÉRIALE :

- Définition.
- Les facteurs qui influencent cette posture.
- Les interactions avec l'équipe.

2. LES 4 POINTS CLÉS POUR DIRIGER :

- La posture.
- L'attitude.
- Le positionnement.
- Le comportement.

3. LES DIFFÉRENTS MISSIONS D'UN MANAGER :

- Définir les objectifs de l'équipe.
- Planifier et organiser le travail.
- Gérer les ressources.
- Encadrer et motiver les collaborateurs.
- Assurer le suivi et l'évaluation.
- Communiquer efficacement.
- Prendre des décisions.
- Développer les compétences de l'équipe.

4. LES DIFFÉRENTS STYLES DE MANAGEMENT :

- Autocratique.
- Démocratique.
- Transformatif.
- Transactionnel.



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Tout secteur



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Acquérir les compétences nécessaires pour planifier et mettre en œuvre un processus d'intégration efficace
- Favoriser le développement professionnel du collaborateur en l'accompagnant tout au long de son intégration



Objectifs pédagogiques :

- Identifier les éléments clés d'un plan d'intégration efficace
- Désigner le profil du tuteur en tenant comptes des critères de choix.
- Préparer un parcours de formation interne, en adéquation avec le profil du collaborateur et les objectifs fixés par l'entreprise
- Appliquer les clés d'un accueil réussi par l'écriture d'un plan d'intégration



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Directeur de magasin
- Chef de secteur
- Responsable de rayon
- Personnel administratif encadrant

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation.
- Fiche d'identité du PDV + recueil besoins du directeur, dirigeant, PDG.



Date et lieu :

- De 1 à 4 jours + un suivi personnalisé à programmer à + 3 mois
- Salle de formation (partie théorique)



Profil du formateur : formateur qualifié

par EB FORMATION dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. LE PLAN D'INTÉGRATION

- Analyse de la politique et culture interne de l'enseigne
- Retroplanning
- Élaboration du planning détaillé
- Définition des objectifs clairs (Point 5)
- Les outils

2. L'ACCUEIL

- Le cadre de l'accueil
- Les outils à mettre à disposition du salarié

3. LE RÔLE DU TUTEUR ENTREPRISE

- Les missions du tuteur (parrain, référent)
- La boîte à outils du tuteur
- Analyse réflexive des pratiques

4. LA FORMATION EN INTERNE

- Élaboration du parcours de formation en interne
- L'évaluation en situation de travail

5. FAVORISER LES INTÉRACTIONS SOCIALES

- L'importance des réunions
- Les activités pour faire le lien avec l'équipe (déjeuners, séminaires, conventions, etc.)
- Savoir fêter les victoires

6. LES CLÉS D'UN ACCUEIL RÉUSSI

- Un suivi régulier
- Encourager le développement professionnel
- Cultiver l'inclusion
- La disponibilité du manager



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Tout secteur



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Faire face aux défis posés par des personnalités complexes dans l'environnement de travail.
- Communiquer de manière claire en établissant des limites appropriées.
- Gérer les situations difficiles en gardant son leadership.



Objectifs pédagogiques :

- Reconnaître les différents types de personnalités complexes
- Appliquer les différentes techniques de gestion de stress
- Appliquer les différentes techniques de communication assertive
- Rédiger un plan d'action



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Directeur de magasin
- Chef de secteur
- Responsable de rayon
- Personnel administratif encadrant

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation.
- Fiche d'identité du PDV + recueil besoins du directeur, dirigeant, PDG.



Date et lieu :

- **De 1 à 4 jours :** + un suivi personnalisé à programmer à + 3 mois
- **Salle de formation** (partie théorique)



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. LES DIFFÉRENTS TYPES DE PERSONNALITÉS COMPLEXES

- Identifier un profil complexe
- Les différents types de personnalités
- L'adaptation d'un profil complexe dans un environnement de travail

2. LA POSTURE DU MANAGER FACE AUX DÉFIS

- Le contrôle de ses émotions
- Les attentes du salarié en difficulté
- Les techniques de gestion des conflits

3. LA COMMUNICATION ASSERTIVE

- Les techniques imparables de la communication assertive
- La mise en application des méthodes
- L'évaluation des résultats

4. LE PLAN D'ACTION

- Appliquer la méthode de communication la plus adaptée
- Définir clairement les limites
- Trouver des solutions adaptées
- Rester focalisé sur ses objectifs professionnels
- Rechercher un soutien en cas de difficulté majeure ou non résolution du conflit
- Maintenir l'équilibre



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné
Tout secteur



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Mettre en place des politiques de développement professionnel au sein de l'entreprise
- Appliquer les principes de communication transparente
- Développer une culture d'équipe



Objectifs pédagogiques :

- Identifier les avantages d'une politique de développement professionnel au sein de l'entreprise en favorisant l'équilibre des employés
- Reconnaître les différents principes de communication interne
- Identifier les points abordés dans une politique de flexibilité
- Reconnaître l'importance de renforcer la culture d'équipe



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Directeur de magasin
- Chef de secteur
- Responsable de rayon
- Personnel administratif encadrant

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation.
- Fiche d'identité du PDV + recueil besoins du directeur, dirigeant, PDG.



Date et lieu :

- **De 1 à 4 jours** : + un suivi personnalisé à programmer à +3 mois
- **Salle de formation** (partie théorique)



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. LE DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

- Reconnaissance et récompenses
- Méthodes de reconnaissance efficaces
- Promotions et opportunités de développement
- Plan de développement des compétences
- Des affectations
- Des projets stimulants

2. LES AVANTAGES D'UNE COMMUNICATION TRANSPARENTE

- Les objectifs de l'entreprise : les communiquer clairement aux employés
- L'écoute active et gestion des demandes des employés
- Pratiques de communication transparente pour renforcer la confiance et l'appartenance

3. L'ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET L'ÉQUILIBRE TRAVAIL / VIE PERSONNELLE

- Un environnement de travail stimulant et collaboratif
- Engagement et satisfaction grâce à l'autonomie
- Les politiques de flexibilité

4. LA CULTURE D'ÉQUIPE

- La motivation et l'engagement
- L'appartenance
- La célébration des succès collectifs



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Tout secteur



Objectif de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Développer sa capacité à exercer ses différents rôles, tout en gérant efficacement les performances de son équipe.



Objectifs pédagogiques :

- Identifier les différents rôles clés que les managers doivent assumer dans leur quotidien professionnel.
- Analyser les différentes étapes d'une méthodologie structurée, afin d'identifier les besoins de développement de son équipe



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Directeur de magasin
- Chef de secteur
- Responsable de rayon
- Personnel administratif encadrant

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation.
- Fiche d'identité du PDV + recueil besoins du directeur, dirigeant, PDG.



Date et lieu :

- **De 1 à 3 jours :** + un suivi personnalisé à programmer à + 3 mois
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)



Profil du formateur : formateur qualifié

par EB FORMATION dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. LES DIFFÉRENTS RÔLES DU MANAGER

- Coach
- Facilitateur
- Un modèle
- Gestionnaire des performances
- Les outils

2. MÉTHODOLOGIE

- Identification des besoins
- Planification du développement
- Suivi et évaluation



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

FABRICATION



Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fraîche découpe, fromage, marée, pâtisserie, pizza, snacking, sushi, TDM



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Maîtriser les fondamentaux de la mise en place d'une gamme de produits élaborés à l'aide des outils de gestion
- Développer des nouvelles gammes en tenant compte des tendances du marché et de la cible client



Objectifs pédagogiques :

- Mettre en place des outils adaptés à l'élaboration des produits
- Distinguer les critères indispensables pour créer sa gamme de produits élaborés
- Analyser sa gamme de produits élaborés afin de développer son Chiffre d'Affaires (CA).



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Dans le cadre d'une formation à distance : Être équipé d'un ordinateur avec accès internet.



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours :** la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)



Profil du formateur : formateur qualifié

par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions



Contenu par séquences :

1. IDENTIFIER LA GAMME DE PRODUITS ÉLABORÉS

- Analyser la gamme existante
- Étudier le linéaire
- Identifier les besoins humains et matériels
- Analyser le potentiel du rayon

2. LE CLIENT :

- Identifier la cible client
- Les tendances du marché

3. ÉTABLIR UNE GAMME DE PRODUITS ÉLABORÉS

- Création des recettes
- Étude de la rentabilité
- Étude de besoins en matière première
- Étude de besoin en emballage

4. LES OUTILS À METTRE EN PLACE :

- Le cadencier de production
- Les fiches techniques (Recettes, rentabilité, PVC)
- Bon de commande matériel
- Bon de commande matière première
- Bon de commande emballage



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayons concernés

Boucherie, CTR, marée, pâtisserie, snacking, sushi, TDM



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Sélectionner les gammes à prototyper
- Réaliser des prototypes des produits
- Suite aux tests, adapter : le goût, la présentation (emballage, côté visuel) avant le lancement opérationnel



Objectifs pédagogiques :

- Identifier les différentes étapes du processus de tests de recettes.
- Analyser les méthodes et les critères pour valider des prototypes.
- Concevoir un processus de conditionnement efficace.



Effectif : entre 1 et 6 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable rayon
- Responsable des produits frais

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.



Date et lieu :

- **De 1 à 3 jours** : la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)



Profil du formateur : formateur qualifié

par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. ÉCHANTILLONAGE ET PROTOTYPAGE PRODUIT

- Sélection des gammes à développer
- Étapes du processus de test de recettes

2. VALIDATION DES PROTOTYPES

- Critères d'évaluation des prototypes
- Validation par la direction du magasin
- Analyse des résultats des tests

3. MISE EN PLACE PRODUITS AVANT LANCEMENT OPÉRATIONNEL

- Ajustement du goût
- Présentation (emballages, contenants)



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un Test de validation des acquis
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation de la formation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fraîche découpe, marée, pâtisserie, pizza, snacking, sushi, TDM



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Maîtriser les différentes techniques de fabrication du produit
- Valoriser la présentation du produit fini par le choix d'un emplacement adapté
- Appliquer la réglementation en vigueur



Objectifs pédagogiques :

- Appliquer les méthodes du merchandising spécifique
- Reconnaître les étapes de préparation du produit en utilisant des outils adaptés
- Créer des méthodes de travail en fonction des contraintes de l'environnement



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours :** la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise



Contenu par séquences :

- 1. LE TRAVAIL DU PRODUIT :**
 - Les règles
 - Le matériel
 - Les différentes méthodes
- 2. LES GÉNÉRALITÉS DU PRODUIT :**
 - La définition
 - Les objectifs
- 3. L'ORGANISATION :**
 - Les besoins humains
 - Les tâches de travail
 - La réalisation du travail
- 4. LA PRÉPARATION DE LA PRÉSENTATION :**
 - Les différentes recettes
 - Les difficultés de mise en place
 - La valeur ajoutée
- 5. LA RÉGLEMENTATION ET LES CONTRAINTES DE MISE EN ŒUVRE :**
 - L'étiquetage, l'affichage
 - La durée de vie du produit
 - Les températures de conservation
- 6. LE MERCHANDISING SPÉCIFIQUE :**
 - La gestion du produit : la saisonnalité, la période
 - Le choix de son emplacement par rapport au linéaire
 - Le choix de son prix par rapport à la clientèle
 - Les méthodes d'implantation
- 7. LE PRESS BOOK :**
 - Contenu du press book
 - La décoration



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

CONDITIONNEMENT



Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fromage, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Etablir une gamme de produits préemballés conforme aux règles de conditionnement établies
- Appliquer les principes d'organisation pour élaborer et maîtriser le frais emballé
- Identifier en amont du conditionnement des produits, les besoins matériels et humains



Objectifs pédagogiques :

- Reconnaître les règles (CDLC, DLUO, durée de vie des produits) pour mettre en place une gamme de produits préemballés
- Appliquer le conditionnement des produits frais emballés aux gammes sélectionnées
- Sélectionner les gammes adaptées au frais emballé



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.



Contenu par séquences :

1. LES BESOINS MATERIELS

- L'utilisation des outils
- L'utilisation du matériel d'emballage
- Le sous vide
- Les techniques de découpes réglementaires
- La taille des emballages

2. LES BESOINS HUMAINS

- Les besoins du rayon
- La répartition des tâches de travail
- La coordination des tâches

3. L'ORGANISATION

- L'organisation du travail
- Les règles de la mise en place

4. LA GESTION DE LA GAMME

- La gamme adaptée à son linéaire
- La gamme adaptée à sa clientèle
- Les principes de base du merchandising
- La préparation et l'organisation de l'implantation

5. LA PRÉSENTATION DES PRODUITS

- Les principes de base de la théâtralisation
- Les avantages pour le client

6. LA RÉGLEMENTATION

- Les DLC, DLUO
- La durée de vie des produits

7. LA MISE EN RAYON, L'IMPLANTATION

- Les méthodes d'organisation
- Les systèmes d'implantation
- Le matériel

8. L'AFFICHAGE ET L'ÉTIQUETAGE

- Le respect de l'affichage et de l'étiquetage
- Les conseils



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours** : la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, CTR, marée, TDM



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Maîtriser les préparations du produit avant conditionnement
- Maîtriser les fonctionnalités principales de la machine à operculer
- Conditionner le produit à l'aide d'une machine à operculer dans le respect des normes



Objectifs pédagogiques :

- Identifier les étapes de préparation du produit
- Appliquer les règles HACCP lors de toutes les étapes de conditionnement du produit
- Identifier les besoins humains et matériels nécessaires à la mise en place d'un produit conditionné



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.



Contenu par séquences :

1. LES BESOINS MATERIELS

- La gestion des achats
- Installation de la machine à operculer
- Mise en place de la P.L.V
- Balisage du rayon
- Mise en place de la première préparation

2. LES BESOINS HUMAINS

- Les modifications au niveau des plannings
- Gestion de la durée de vie des produits
- Besoins humains pour les emballages

3. L'ORGANISATION

- L'organisation au niveau du laboratoire
- L'organisation au niveau de la salle d'emballage
- Les stockage des emballages
- La mise en place rigoureuse des stocks
- L'élaboration du nouveau cadencier

4. LES NORMES A RESPECTER

- La traçabilité : tests de traçabilité (étiquettes)
- Test effectué sur la machine de conditionnement sous atmosphère protectrice (fait par le fournisseur)
- Les normes HACCP / obligation étiquetage

5. LES SUIVIS

- Suivi qualitatif des coupes réalisées par l'équipe
- Gestion quantitative des coupes (cadencier de production)
- Point sur le rendement / maîtrise des ruptures
- Suivi de l'équipe sur un jour de forte fréquentation du point de vente

Rayon concerné

Fruits et légumes



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Mettre en place un espace dédié au frais emballé afin de développer l'offre au rayon FLEG.
- Élaborer un assortiment spécifique aux attentes des clients.
- Gérer efficacement la relation avec les fournisseurs, le contrôle de qualité des produits et la communication.



Objectifs pédagogiques :

- Analyser les tendances et le potentiel du développement du frais-emballé au rayon FLEG
- Sélectionner les gammes à développer en fonction des attentes clients, des besoins matériels et de la réglementation en vigueur.
- Choisir les produits adaptés au frais-emballé en fonction des critères de sélection.
- Appliquer les principes de contrôle des stocks et de la qualité
- Analyser l'agencement et la présentation des produits pour attirer l'attention des clients.
- Élaborer une stratégie marketing complète pour promouvoir les nouveautés.



Effectif : entre 1 et 4 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable des produits frais ou fruits et légumes

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.



Contenu par séquences :

1. INTRODUCTION AU FRAIS-EMBALLÉ

- Présentation du concept de frais-emballé et de son importance au rayon FLEG
- Analyse des tendances et des attentes des clients
- Identification des opportunités de développement et diversification de l'offre

2. DÉTERMINATION DE L'ASSORTIMENT

- Choix des gammes à développer
- Analyse des besoins matériels
- Prise en compte de la réglementation en vigueur pour ces gammes et produits

3. SÉLECTION DES PRODUITS ET GESTION DES FOURNISSEURS

- Identification des produits adaptés au frais-emballé : épices, olives, antipastis, fruits secs, fruits moelleux, confiserie, etc.
- Étude des critères de sélection des fournisseurs pour garantir la qualité des produits
- Négociation des accords commerciaux et établissement des partenariats

4. GESTION DES STOCKS ET CONTRÔLE QUALITÉ

- Mise en place d'un système de gestion des stocks efficace pour éviter les ruptures et les invendus
- Appliquer les procédures de contrôle de la qualité des produits
- Formation du personnel sur les bonnes pratiques de stockage et d'étiquetage

5. AMÉNAGEMENT DU CORNER FRAIS-EMBALLÉ

- Conception de l'espace dédié au frais-emballé au rayon FLEG
- Optimisation de l'agencement et de la présentation des produits pour attirer l'attention des clients
- Mise en place d'une signalétique claire et attractive

6. MARKETING ET COMMUNICATION

- Élaboration d'une stratégie marketing pour promouvoir les produits frais-emballés
- Création d'actions de communication ciblées (affichage, dépliants, réseaux sociaux, etc.)
- Formation du personnel sur les produits et les techniques de vente

ORGANISATION





JANVIER	FÉVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUN	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DÉCEMBRE
1	6	10	14	19	23	27	31	36	40	45	49
2	7	11	15	20	24	28	31	37	41	46	50
3	8	12	16	21	25	29	31	38	42	47	51
4	9	13	17	22	26	30	31	39	43	48	52
5			18	23	27	31		44			



Former pour Progresser
CONSEIL FORMATION ACCOMPAGNEMENT
ACCREDITÉ

CB & BC
Promoteurs de Business
AGENCEMENT DÉCORATION COMMUNICATION
Avenue de la République - 10110 - 03 20 20 12 12

RDS
Équipier pour le Demain
MATÉRIEL SERVICE INNOVATION



Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fromage, fruits et légumes, marée, pâtisserie



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Appliquer les principes d'organisation du travail d'une équipe
- Optimiser les heures de présence des collaborateurs



Objectifs pédagogiques :

- Analyser ses activités par des outils adaptés
- Créer une organisation efficace au quotidien
- Evaluer les outils de communication et d'organisation



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. L'ORGANISATION DES LOCAUX

- L'organisation des parties propres au rayon
- L'organisation du laboratoire
- Le matériel

2. L'ORGANISATION DU TRAVAIL

- Formuler des objectifs de production de l'équipe
- Décomposer les objectifs en tâches
- Analyser le contenu des tâches élémentaires définitives
- Evaluer la charge de chaque tâche
- Hiérarchiser les tâches selon la logique de production

3. DÉFINIR LES PRIORITÉS

- Identifier les différentes techniques de planification
- Etablir un planning de travail initial
- Présenter le planning
- Valider le planning et le diffuser

4. LES GÉNÉRALITÉS SUR LA PROGRAMMATION

- Les principes de commande (cadencier)
- L'impact des commandes sur l'organisation du travail
- Le cadencier de coupe / production (rétrocession)
- Le principe de 3 coupes / mise en place



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique

Rayon concerné :

Boucherie, boulangerie, charcuterie traiteur, fruits et légumes, fleurs et plantes, fromage, pizza



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de :

- d'anticiper les moments forts de l'année à l'aide des événements calendaires et de planifier des promotions et des animations pour donner une dynamique commerciale à son rayon,
- de mettre en valeur les produits de saison,
- de mesurer l'impact des événements calendaires et d'identifier les opportunités d'amélioration pour les événements à venir.



Objectifs pédagogiques :

- reconnaître l'importance des événements calendaires pour la dynamique commerciale d'un rayon,
- élaborer un calendrier semestriel des événements commerciaux du rayon
- évaluer l'impact des événements calendaires sur les ventes et la rentabilité du rayon



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : aucun



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition



Date et lieu :

- **De 1 à 2 jours :** la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)



Profil du formateur : formateur qualifié par EB FORMATION dans son domaine d'expertise



Contenu par séquences :

1. INTRODUCTION AUX ÉVÉNEMENTS CALENDAIRES :

- Analyser les animations déjà existantes dans le rayon
- Analyser les tendances liées aux événements calendaires
- Identifier les événements calendaires importants pour différents types de produits

2. PLANIFICATION DES ÉVÉNEMENTS CALENDAIRES :

- Planifier les promotions et les animations en fonction des événements calendaires
- Établir un budget pour les événements calendaires

3. COMMUNICATION INTERNE :

- Participer à l'élaboration d'une stratégie de communication pour les événements calendaires
- Planifier la création des supports de communication pour promouvoir les événements calendaires
- Planifier la communication externe avec le service communication (réseaux sociaux)
- L'affichage
- L'étiquetage

4. SUIVI ET ÉVALUATION DES ÉVÉNEMENTS CALENDAIRES :

- Évaluer l'impact des événements calendaires sur les ventes et la rentabilité du rayon
- Analyser les résultats des événements calendaires pour améliorer les stratégies futures
- Identifier les opportunités d'amélioration pour les événements calendaires à venir
- Suivi des fêtes (Ex : ventes Noël « TOP produits »)

(Cette 4 séquence rentre dans le cadre d'un suivi personnalisé fait par le formateur à raison de 3 RDV POST FORMATION via un appel de 30 minutes)



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Application des apports théoriques sur le poste de travail
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM et d'une grille d'évaluation
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

TECHNIQUES DE

Découpe



Rayon concerné

Boucherie, CTR, fromage, TDM



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Appliquer les bases techniques de découpe sur la matière première
- Maîtriser le cycle de transformation du produit brut en produit à forte valeur ajoutée



Objectifs pédagogiques :

- Reconnaître les techniques professionnelles de découpe adaptées au rayon
- Analyser le travail technique afin d'évaluer la productivité du rayon



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours :** la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. LES PRINCIPES DE BASE

- Les outils et leur entretien
- La position de travail
- Les règles de sécurité et d'hygiène

2. LES TECHNIQUES DE DÉCOUPE

- Prévoir la découpe en fonction de l'usage
- Reconnaissance des morceaux de détail
- L'aménagement du poste de travail
- Les normes à respecter

3. LES PROBLÈMES LIÉS À LA DÉCOUPE

- Les éléments constitutifs du produit
- Les produits sensibles à surveiller
- La perte et la rentabilité

4. LES SPÉCIFICITÉS LIÉES À LA DÉCOUPE

- Les cause d'altération naturelle
- Les causes d'altération provoquée
- Les symptômes
- Comment réduire les altérations aux produits
- Les modes de commercialisation



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Boucherie, CTR, fromage, TDM



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Appliquer les gestes techniques de découpe sur la matière première en tenant compte des principes de base
- Elaborer son plan de découpe avec ses paramètres de production
- Commercialiser des produits de qualité à forte valeur ajoutée



Objectifs pédagogiques :

- Appliquer les exigences sanitaires lors de la découpe et la vente de produits
- Analyser le travail technique afin d'évaluer la productivité du rayon



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. LES PRINCIPES DE BASE

- L'hygiène du personnel et des locaux
- Les températures des produits
- Les différentes opérations

2. LES TECHNIQUES DE DÉCOUPE

- Reconnaissance des morceaux de détail
- L'aménagement du poste de travail
- Les contrôles qualités et de traçabilité

3. LES PROBLÈMES LIÉS A LA DÉCOUPE

- Préconisation de découpe suivant le plan de découpe et de transformation
- Les produits sensibles à surveiller
- La perte et la rentabilité

4. LES SPÉCIFICITÉS LIÉES A LA DÉCOUPE

- Les causes d'altération naturelle
- Les causes d'altération provoquée
- Les symptômes
- Comment réduire l'altération des produits

5. LA PLUS VALUE LIÉE A LA COMMERCIALISATION

- Le conditionnement et l'emballage
- La mise sous vide et/ou en barquette
- L'étiquetage
- La qualité des opérations



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique

CONNAISSANCE

des produits



Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fromage, fruits et légumes, marée, pâtisserie



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Développer sa connaissance technique des produits
- Contribuer à l'animation de l'espace de vente pour une connaissance produit et client
- Déterminer la stratégie commerciale du rayon



Objectifs pédagogiques :

- Reconnaître les gammes de produits vendues dans le rayon
- Analyser les étapes de la découverte du besoin client
- Mettre en place un argumentaire efficace avec de la valeur ajoutée pour le client



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. INVENTORIER LES CARACTÉRISTIQUES DE VOS PRODUITS

- Caractéristiques techniques (composition, recette, description, préparation...)
- Caractéristiques commerciales (tarif, promotion, DLC...)
- Caractéristiques annexes (produits « plus » et produits associés)
- Caractéristiques du rayon (image, références clients, normes, effectifs)

2. DÉTERMINER LES AVANTAGES CONCURRENTIELS

- Démarquer le produit de la concurrence
- La valeur ajoutée pour le client
- Le bénéfice client
- Déterminer la stratégie commerciale

3. CONSTRURE UN ARGUMENTAIRE EFFICACE

- La cible
- Pour quel usage ?
- Avec quels bénéfices ?
- Quelle en est la preuve ?

4. METTRE EN FORME SON ARGUMENTAIRE

- Choisir les supports adaptés (le book, affichage...)
- Décliner l'argumentaire en outil papier
- Déterminer les supports de commercialisation (PLV, balisage...)



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique

Rayon concerné

Boucherie, boulangerie, CTR, fleurs et plantes, fromage, fruits et légumes, marée, pâtisserie.



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier ses produits, leurs caractéristiques et se démarquer de la concurrence
- Appliquer son argumentaire client en démarquant les produits de la concurrence
- Adopter une posture 100% client pour convaincre



Objectifs pédagogiques :

- Créer une véritable « boîte à outils » pour appuyer son argumentaire
- Construire son argumentaire par une connaissance approfondie du client
- Mettre en valeur ses produits par un argumentaire efficace



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. DÉTERMINER LES AVANTAGES CONCURRENTIELS

- Démarquer le produit de la concurrence
- La valeur ajoutée pour le client
- Le bénéfice client
- Déterminer la stratégie commerciale

2. CONSTRUIRE UN ARGUMENTAIRE EFFICACE

- La cible
- Pour quel usage ?
- Avec quels bénéfices ?
- Quelle en est la preuve ?

3. METTRE EN FORME SON ARGUMENTAIRE

- Choisir les supports adaptés (le book, affichage...)
- Décliner l'argumentaire en outil papier
- Déterminer les supports de commercialisation (PLV, balisage...)

4. DÉCOUVRIR SON CLIENT

- Mener une découverte complète de la situation et des besoins du client
- Déterminer les motivations d'achat
- Questionner le client : les techniques de questionnement
- Pratiquer l'écoute active

5. CONVAINCRE DES BÉNÉFICES DU PRODUIT POUR DONNER ENVIE AU CLIENT

- Présenter des arguments percutants
- S'appuyer sur les motivations du client pour remporter l'adhésion
- Répondre en souplesse aux objections du client



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique

CONCEPTS

sur-mesure



Rayon concerné

Boucherie



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Appliquer la réglementation en vigueur
- Maîtriser les bonnes techniques de découpe
- Argumenter lors de l'acte de vente



Objectifs pédagogiques :

- Identifier les différents approvisionnements
- Appliquer les processus de maturation des viandes
- Créer une gestion spécifique à la cave afin d'évaluer les résultats du rayon



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition



Contenu par séquences :

1. LE MATÉRIEL ET LES APPROVISIONNEMENTS :

- L'utilisation du matériel
- Les découpes à utiliser
- L'hygrométrie
- Le principe de maturation
- Le P.H

2. L'ORGANISATION :

- Le stockage
- Les besoins
- Les rotations en fonction des types de maturation

3. LA GESTION DES DÉCOUPES :

- Les découpes de gros
- La tenue des muscles
- Les pertes

4. LA PRÉSENTATION DES PRODUITS :

- Comment argumenter
- Les avantages pour le client

5. LA RÉGLEMENTATION :

- La comptabilité matière
- Le suivi des maturations
- Le suivi des températures
- La durée de vie des produits
- Les procédures de nettoyage

6. L'AFFICHAGE ET L'ÉTIQUETAGE :

- L'argumentation clientèle
- Le balisage rayon
- L'affichage
- L'étiquetage
- La provenance des muscles
-

7. L'AFFICHAGE ET L'ÉTIQUETAGE :

- L'argumentation clientèle
- Le balisage rayon
- L'affichage
- L'étiquetage

Rayon concerné

TDM



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Proposer des produits innovants aux clients
- Développer une gamme de produits fumés dans un rayon adapté à la cible client
- A l'aide des techniques de fumage, développer des nouvelles gammes de produits



Objectifs pédagogiques :

- Reconnaître les différentes techniques de fumage des produits
- Appliquer la réglementation en vigueur concernant la fumaison
- Créer les critères de la gamme de produits fumés
- A l'aide des outils d'analyse, mettre en place une gamme de produits fumés



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de rayon
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de rayon
- Employé(e) du rayon

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. TECHNIQUES DE FUMAGE

- Les différentes méthodes de fumage
- Avantages / inconvénients
- Matériel adapté aux besoins
- Fumoir à chaud ou à froid
- Emballage sous vide

2. LA FABRICATION

- Le filetage du produit brut
- Le salage
- Le fumage
- La découpe du produit fini

3. DÉFINIR LA GAMME DES PRODUITS FUMÉS

- Connaître le marché
- Choisir les fournisseurs
- Sélectionner les produits fumés adaptés à la gamme
- Définir la stratégie commerciale

4. LE CLIENT

- Identifier la cible client
- Les attentes du client
- Les tendances du marché
- Le potentiel de marché

5. ETABLIR UNE GAMME DE PRODUITS FUMÉS

- Définir les critères à prendre en compte
- Une gamme adaptée par rapport à sa clientèle
- Une gamme adaptée par rapport à son linéaire

6. LES OUTILS D'ANALYSE DE LA GAMME

- Le cadencier
- Le cahier de traçabilité
- Les tops produits
- Mettre en place des outils d'analyse

CAISSE



Rayon concerné

Caisse



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Pratiquer une excellente relation client en toutes circonstances
- Favoriser la fidélisation client



Objectifs pédagogiques :

- Maîtriser les attitudes et les outils pour entretenir une saine relation client et les fidéliser
- Eviter la D.I. et gérer les situations tendues



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Salarié de l'entreprise occupant un poste sur la ligne de caisse

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours :** la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié

par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. LA RELATION CLIENT

- Rôles et missions de l'hôtesse de caisse
- Attitudes et comportements
- Le pouvoir de fidéliser

2. LA COMMUNICATION AU CŒUR DE LA RELATION

- Le syndrome de Pygmalion
- Fait / Opinion / Ressenti
- Le mécanisme des émotions
- Atelier sur les émotions

3. L'ASSERVITÉ EN SITUATION TENDUE

- Se faire respecter tout en respectant l'autre
- Répondre à un client conflictuel
- Atelier sur l'asservité

4. LA POSTURE ANTI-DÉMARQUE INCONNUE

- Attention et vigilance
- Les bons réflexes



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

Rayon concerné

Caisse



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Partager une ambition avec son équipe, tournée vers la relation clients
- Entretenir la motivation au quotidien des équipes par des entretiens et l'accompagnement
- Développer son leadership grâce aux outils adaptés



Objectifs pédagogiques :

- Pratiquer l'excellence client par un management opérationnel motivant et une organisation
- Contribuer au quotidien au maintien de la motivation des collaborateurs



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de caisse et Accueil
- Adjoint(e) au (à la) Responsable de caisse

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. PARTAGER UNE AMBITION

- Devenir la référence en matière de relation clients
- Transmettre des objectifs et les faire vivre
- Être passionnant, attitudes et comportements
- Associer plaisir et travail, pour soi, son équipe et ses clients

2. DÉVELOPPER SON LEADERSHIP

- Les règles du jeu, socle de l'autorité
- Différence entre faute et erreur
- Pratiquer les entretiens avec le DESC
- Développer l'autonomie et la responsabilisation

3. ACCOMPAGNER ET ENTREtenir LA MOTIVATION AU QUOTIDIEN

- Définir la motivation
- Surprenez les collaborateurs à bien faire
- Valorisation et exigence : un chemin de réussite

4. VIVRE LES ATELIERS DE L'ANIMATION

- Pratiquer les entretiens de responsabilisation (objectif et plan d'actions)
- Pratiquer les entretiens avec le DESC
- Pratiquer les entretiens de félicitation



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique

Rayon concerné

Caisse



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre les ressorts de la D.I.
- Mettre en œuvre les pratiques anti-démarque au quotidien



Objectifs pédagogiques :

- Maîtriser les attitudes et les outils pour fidéliser les clients
- Identifier les situations à risque dans le cadre de la D.I. afin d'acquérir les bons réflexes



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de caisse
- Hôtes et hôtesse de caisse et d'accueil

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Date et lieu :

- **De 1 à 10 jours** : la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)
- Formation à **distance** possible



Profil du formateur : formateur qualifié

par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Contenu par séquences :

1. LES CAUSES DE LA DÉMARQUE INCONNUE

- Ce qu'on entend par « démarque inconnue »
- Les protagonistes de la démarque inconnue
- Les éléments qui favorisent la démarque en caisse

2. UNE PARTIE INTEGRANTE DU MÉTIER D'HÔTESSE DE CAISSE

- Un rôle qui fait partie du métier
- Les points de vigilance
- Les postures, attitudes et comportements des hôtesse
- Le verbal et le non verbal des hôtesse

3. DEBRIEF DES PASSAGES CLIENT MYSTÈRE DU DÉBUT DE JOURNÉE

- Les bons réflexes à acquérir



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un QCM
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

COMMUNICATION





Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre les réseaux sociaux
- Définir sa ligne éditoriale
- Configurer les différentes plateformes
- Être autonome dans leur utilisation



Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les bonnes pratiques
- Connaître les outils opérationnels



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable de communication
- Directeur de magasin
- Hôte/hôtesse de caisse

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. PRÉSENTATION ET INTÉRÊT DES DIFFÉRENTS RÉSEAUX SOCIAUX

- Pourquoi être présent sur les réseaux sociaux est devenu incontournable
- Présentation des différents réseaux sociaux et plateformes web

2. DÉFINIR SA LIGNE ÉDITORIALE

- Présentation de l'analyse questionnaire
- Présentation de l'analyse Audit externe
- Définition des cibles
- Choix d'un ou plusieurs réseaux sociaux
- Définition des grandes lignes de la charte graphique

3. LES BONNES PRATIQUES DES RÉSEAUX SOCIAUX CHOISIS

- Les spécificités de chaque réseau social (types de publications, codes de rédaction, ton et fréquence)
- Configuration de l'ensemble des réseaux sociaux choisis

4. PREMIÈRE APPROCHE D'OUTILS OPERATIONNELS

- Facebook creator studio
- Canva

5. MISE EN SITUATION

- Rédaction d'un post



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Maîtriser les réseaux sociaux
- Définir sa stratégie social média
- Être autonome dans leur utilisation
- Construire son plan de communication digitale



Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les bonnes pratiques et les statistiques
- Maîtriser l'outil opérationnel CANVA
- Maîtriser la publicité sur les réseaux sociaux



Effectif : entre 1 et 10 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable communication
- Directeur de magasin
- Hôte/hôtesse de caisse

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : connaître les fondamentaux des réseaux sociaux



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.
- Avoir accès à un ordinateur si formation à distance



Contenu par séquences :

1. DÉFINIR SA STRATÉGIE SOCIAL MÉDIA

- Construire sa ligne éditoriale (cible, choix des réseaux sociaux, charte graphique, ton et thématiques)
- Fixer des objectifs par réseau social (connaître les KPI, savoir où les trouver et en faire le suivi)

2. PUBLIER DES CONTENUS DIFFERENCIANTS AVEC CANVA PRO

- Configuration du compte CANVA
- Création d'un template avec la charte graphique
- Création d'une courte vidéo
- Publier avec CANVA

3. LA PUBLICITÉ SUR LES DIFFÉRENTES PLATEFORMES

- Facebook ads
- LinkedIn Ads

4. CONSTRUIRE SON PLAN DE COMMUNICATION DIGITALE

- Faire le point sur la saisonnalité et les grands RDV du plan commercial du magasin
- Etablir un calendrier des publications digitales

5. PRÉSENTATIONS D'AUTRES SUPPORTS WEBMARKETING

- WhatsApp
- Applications Web
- Newsletter
- Google My Business

6. MISE EN SITUATION

- Création, publication et boost d'un post avec une infographie ou une vidéo réalisée sur CANVA

DRIVE



Rayon concerné

Fruits et légumes



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Améliorer les performances économiques par une progression de la quote part et du taux de satisfaction client au service drive.
- Élaborer un assortiment spécifique en corrélation avec la typologie de la clientèle.
- Reconnaître un produit de qualité et adapté au service drive.
- Sélectionner les produits d'après les différentes températures de stockage
- Effectuer les actions nécessaires pour faire perdurer la qualité des fruits et des légumes



Objectifs pédagogiques :

- Identifier les différents enjeux économiques liés aux fruits et légumes au drive.
- Acquérir une connaissance approfondie des fruits et légumes proposés en drive en tenant compte de leur conservation
- Proposer un assortiment selon la saison et les différentes unités de besoin (UB).
- Identifier les 4 étapes d'une commande pour une bonne maîtrise de la gestion économique et commerciale du rayon



Effectif : entre 1 et 4 stagiaires

Sessions ouvertes toute l'année

Public cible : salarié de l'entreprise occupant le poste de :

- Responsable drive
- Responsable des produits frais ou fruits et légumes

Une adaptation de la formation est possible pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter pour analyser la demande.



Prérequis : pas de prérequis nécessaire



Contenu par séquences :

- 1. LES ENJEUX LIÉS AUX FRUITS ET LÉGUMES AU SERVICE DRIVE**
 - Les attentes des clients
 - Les contraintes liées à la logistique
 - Les impacts sur la satisfaction client et la fidélisation
- 2. CONNAISSANCE APPROFONDIE DES PRODUITS PROPOSÉS EN DRIVE**
 - Caractéristiques des produits proposés
 - Savoir reconnaître un produit de qualité
 - Les différentes températures de stockage et leur impact sur la qualité des produits
 - Les actions à réaliser pour conserver la qualité et la fraîcheur des fruits et légumes
- 3. DÉTERMINATION D'UN ASSORTIMENT SPÉCIFIQUE ET LES DIFFÉRENTES UNITÉS DE BESOIN (UB)**
 - Typologie de clientèle et attentes spécifiques
 - Détermination de la qualité du produit
 - Compréhension des différentes unités de besoin (le local, le bio, la fraîche découpe, les qualités gustatives, les différentes strates d'assortiment)
 - Élaboration de l'assortiment en fonction de la saison
- 4. OPTIMISER LA GESTION DU RAYON FRUITS ET LÉGUMES AU DRIVE**
 - Les 4 étapes de la commande
 - Maîtriser sa casse
 - Déterminer les critères économiques



Conditions de réussite de la formation :

- Le stagiaire doit être disponible et libéré de ses tâches quotidiennes pour pouvoir suivre la formation. Un remplacement du stagiaire doit être prévu sur son poste de travail.
- Les matières premières et le matériel préconisé par le formateur, doivent être préparés en amont de la formation et mis à disposition pendant toute la durée de l'action.



Date et lieu :

- **2 jours** (14 heures) : la durée de la partie de mise en pratique de la formation variera en fonction de la typologie de la clientèle, de l'équipement et du matériel mis à disposition, ainsi que des compétences des stagiaires
- **Salle de formation** (partie théorique)
- **Poste de travail** (mise en pratique)



Profil du formateur : formateur qualifié par **EB FORMATION** dans son domaine d'expertise et par la qualité pédagogique de ses interventions.



Modalités et méthodes pédagogiques :

- Méthode active- participative
- Apports méthodologiques sur une base théorique
- Études de cas
- Étude fiches produit
- Mise en situation
- Un support stagiaire sera remis à la fin de la formation sous format numérique



Validation des acquis de la formation :

- L'évaluation du stagiaire se fera en fin de formation par le biais d'un Test de validation des acquis
- Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire.
- Une fiche d'évaluation de la formation sera distribuée à chaque stagiaire afin de lui permettre de s'exprimer sur la qualité de la formation.

DIAGNOSTIC

EBF1202 - Audit managérial des équipes



EBF1201 - Audit 360° du rayon

Contactez nos commerciaux



Mathieu DUVAL
Chargé d'affaires Nord Ouest

06 06 24 20 62 38
mathieuduval@bgc-retail.com



Marion DELARBRE
Chargée d'affaires Sud Ouest

07 86 76 36 88
mariondelarbre@bgc-retail.com



Régis ROBIN
Chargé d'affaires Est

06 71 22 09 42
regisrobin@bgc-retail.com

DÉVELOPPEMENT



EBF1301 - Préparer l'ouverture d'un nouveau projet

Contactez nos commerciaux



Mathieu DUVAL
Chargé d'affaires Nord Ouest

06 06 24 20 62 38
mathieuduval@bgc-retail.com



Marion DELARBRE
Chargée d'affaires Sud Ouest

07 86 76 36 88
mariondelarbre@bgc-retail.com



Régis ROBIN
Chargé d'affaires Est

06 71 22 09 42
regisrobin@bgc-retail.com

PRESTATIONS

de service





Former pour Progresser



Clément JENART

Directeur commercial
07 89 33 44 96



Mathieu DUVAL

Chargé d'affaires
Région Ouest
06 24 20 62 38



Régis ROBIN

Chargé d'affaires
Région Grand Est
06 71 22 09 42



Marion DELARBRE

Chargée d'affaires
Région Sud Ouest
07 86 76 36 88



Stéphane BOUVIER

Chargé d'affaires
Région Nord
06 80 94 08 63



CONSEIL • FORMATION • ACCOMPAGNEMENT

S.A.S EB FORMATION - 6 rue du clos de la Fonchais, 35600 REDON - 02 99 72 20 09

contact@eb-formation.com - www.eb-formation.com

SIRET : 750 163 941 00024 - Code APE : 8559A