



Profil

Vendeur évolutif ou responsable de rayon

BAC+3

Pré-requis

Titulaire d'un Bac+2 ou du baccalauréat avec un minimum de dix années d'expérience dans la distribution

Débouchés

Chef de rayon, adjoint magasin, assistant marketing

PILOTAGE ET ANIMATION DU POINT DE VENTE

Le DU (Diplôme d'Université) est un diplôme d'établissement. Il s'agit d'une formation diplômante mais non nationale. Il existe des DU à différents niveaux et de différentes durées.

Il s'agit d'un exemple type de candidature. La spécificité de votre parcours et de votre profil sera étudiée au cas par cas avant validation ou non de votre dossier. Aucune formation ne peut démarrer sans cette étape de validation par l'équipe administrative et pédagogique.



IMAD

➔ INSTITUT DU **MARKETING**
ET DU **MANAGEMENT**
DE LA **DISTRIBUTION**

Module 1

STRATEGIE ET PILOTAGE COMMERCIAL D'UN POINT DE VENTE

Durée : 3 jours

Comprendre les principes de la démarche de pilotage d'un Point de Vente

- Notions de qualité ciblée / réalisée / perçue / souhaitée
- Concept du Don et de la Dette
- Lien entre l'Audit Point de Vente et le Mix de la Distribution
- Adaptation des démarches d'animation point de vente aux spécificités de l'enseigne ou de la marque

Apprendre à analyser la cohérence entre la stratégie Enseigne et la réalité Magasin perçue par le client

- Priorités stratégiques, territoire psychologique occupé, mode et style de communication client
- Notion de positionnement et de vocation
- Identification des cibles de clients et segmentation de l'offre (BCG et Mc Kinsey)
- Leviers du Mix de la Distribution, analyse MOFF (Menaces/Opportunités - Forces/Faiblesses), PESTEL, BIG MIDDLE, cinq forces de PORTER.
- Diagnostic, fixer des objectifs et des plans d'actions (QOQQCP), être capable de mesurer et suivre la performance

Piloter le commerce en magasin

À travers l'offre : l'animation de la gamme ; la politique de prix ; le pilotage de l'attractivité prix ; l'action commerciale : gérer le rythme ; l'expression de l'offre : le pilotage merchandising et le format de vente : gérer la relation client et la capacité à faciliter et à fidéliser en animant les services.

Module 2

MANAGEMENT INDIVIDUEL ET COLLECTIF

Durée : 5 jours

La fonction "Ressources Humaines" dans les organisations

- Missions d'une fonction RH
- Clients et acteurs de la fonction RH
- Diversité des rôles RH alloués au manager

Savoir recruter ses collaborateurs

- Les étapes en amont du recrutement
- Définir ses critères de recrutement
- Attirer et sélectionner les candidats
- Intégrer les nouveaux collaborateurs

Animer ses équipes et développer leurs compétences

- Mode de fonctionnement d'une équipe
- Management et leadership

Savoir évaluer ses collaborateurs

- Objectifs d'un processus d'évaluation
- Élaborer une grille d'évaluation et fixer les objectifs
- Observer et préparer l'entretien
- L'entretien d'évaluation et ses défis

Savoir gérer les conflits

- Le conflit dans les organisations : définition et caractéristiques
- La gestion des conflits au sein d'une équipe
- La gestion d'un conflit social

Module 3

EXPLOITATION ET RENTABILITE

Durée : 2 jours

Apprendre à animer la performance économique

- Équation de performance économique d'un rayon ou d'une boutique
- Indicateurs et Compte d'Exploitation
- Identification de l'impact de chacun sur chaque indicateur et sur chacune des lignes du Compte d'Exploitation pour améliorer la rentabilité
- Top et Flop produits
- Hiérarchies comparatives (nomenclatures, magasins, formats, réseau)
- Benchmarking opérationnel
- Panels et adaptations locales

Apprendre à optimiser la gestion des stocks

- Notions de stocks
- Stocks physiques, informatiques et réservés
- Stocks mini, outil et plafond
- Ventes exceptionnelles VS commande automatique et historique des ventes
- Gestion des opérations promotionnelles
- Gestion des engagements

Piloter l'organisation de la mise en rayon

- Enjeux économiques et sociaux (de la productivité au rôle de chacun)
- Intervenants et responsabilités
- Planification quotidienne
- Cas spécifiques : GSA, GSS, boutiques textiles...

Optimiser l'organisation du personnel en tant que Responsable du Point de Vente

- L'organisation quotidienne
- Éviter les jeux psychologiques dans son équipe
- Connaître la stratégie des alliés afin d'identifier rapidement les personnes susceptibles ou non de s'investir dans un projet commun
- Capacité de prise de recul afin de trouver des solutions opérationnelles pertinentes

Pour tous renseignements

• Anne-Sophie Matten

Chargée de développement

07 64 07 85 77

anne-sophie.matten@univ-lille2.fr

• Corinne Dion

Ingénierie pédagogique et suivi administratif

03 20 73 08 70

corinne.dion@univ-lille2.fr

6, rue de l'Hôtel de Ville - BP 59
59051 Roubaix Cedex 01
03 20 73 08 05
immd@univ-lille2.fr
immd.fr