

La Profession de commercial en GMS

Public visé :

Toutes les personnes ayant une mission de commercial en GMS

Pré - requis :

Cette formation ne nécessite pas de pré-requis

Objectifs général :

Transmettre aux apprenants les outils et les codes de la GMS

Objectifs pédagogiques:

- Définir ce qu'est la négociation commerciale
- Connaître les différentes étapes de la négociation commerciale
- Comprendre le métier de manager
- Cerner les styles et rôle du manager
- Avoir une connaissance des leviers des acteurs de la GMS
- Découvrir et connaître les concepts du merchandising

Programme proposé:

Jour 1

Accueil des stagiaires

Introduction à la formation

- ✓ Rappel des objectifs de la formation
- ✓ Présentation du programme de la formation
- ✓ Tour de table : recueil des attentes des stagiaires

1^{er} Partie : La négociation commerciale

1.1 Qu'est-ce que la négociation commerciale

Pourquoi négocier ?

1.2 Préparer une négociation commerciale

1.2.1 Les objectifs

1.2.2 Les informations

1.2.3 Les concessions

1.2.4 La Stratégie

1.2.5 Mémo

1.3 Connaître les étapes d'une négociation commerciale

- S'informer
- Proposer
- Reconditionner
- Echanger
- Finaliser
- S'accorder
- Mémo

1.4 Réussir sa négociation commerciale

Consolidation des acquis

- Intégrer les connaissances nouvelles
- Feed back de la journée

Jour 2

Mobilisation des acquis du jour 1

2^{ème} Partie : Le management commercial

2.1 Comprendre le métier de manager

2.1.1 Les principales fonctions du manager

2.2 Identifier les différents styles de management

2.2.1 Le style directif

2.2.2 Le style persuasif

2.2.3 Le style participatif

2.2.4 Le style déléгатif

2.3 Animer et motiver les équipes de commerciaux

Consolidation des acquis

- Intégrer les connaissances nouvelles
- Feed back de la journée

Jour 3

Mobilisation des acquis du jour 2

3^{ème} Partie : Maitriser les leviers de la relation Fournisseur / Distributeur

3.1 Comprendre l'environnement de la Grande Distribution

3.2 Devenez un partenaire de la stratégie de votre client

3.2.1 Pourquoi ?

3.2.3 Comment ?

3.3 Prendre connaissance des principaux indicateurs en Grande Distribution

3.4 Prévenez et gérer les conflits

Consolidation des acquis

- Intégrer les connaissances nouvelles
- Feed back de la journée

Jour 4

Mobilisation des acquis du jour3

4^{ème} Partie : La connaissance Produit

4.1 Maitriser les principaux concepts du merchandising

4.1.1 L'objectif du merchandising

4.1.2 Les principes du merchandising

4.1.3 Les différents types de merchandising

- ❖ Le merchandising d'organisation
- ❖ Le merchandising de gestion

- ❖ Le merchandising de séduction
- ❖ Le merchandising de communication

4.2 Connaître les indicateurs de performance du produit : Mix Marketing

4.2.1 Les 4P

4.2.2 Les domaines supplémentaires du Mix-marketing

4.3 Les notions de base des différentes familles de produits chez P&G

- Hygiène bébé
- Lessives
- Droguerie
- Beauté
 - ✓ Shave care
 - ✓ Oral care
 - ✓ Fem care

Consolidation des acquis

- Intégrer les connaissances nouvelles
- Feed back de la journée

Jour5

Mobilisation des acquis du jour4

5^{ème} Partie : Cas pratique et vidéos

Vidéo commentée présentant les 4x20

Mises en situation et jeux de rôle : capter l'attention pour mieux persuader (S.I.M.A.C)

Cas pratique : analyse des pratiques managériales ; autodiagnostic

Evaluation en fin de formation

- ✓ Tour de table, auto-diagnostic des savoirs, questionnaire, mise en situation

Moyens pédagogiques :

Apports théoriques et exercices pratiques : mise en situation

Les méthodes sont centrées sur l'apprenant. Nous constatons que nous apprenons mieux lorsque nous sommes dans l'action.

Le stagiaire met en pratique et fait un travail d'analyse qui lui permet d'ancrer les principes, les règles vus.

Les méthodes :

- ✓ Exposés
- ✓ Vidéo commentée
- ✓ Mises en situation
- ✓ Jeux de rôle suivi d'un feed back

Le rôle du formateur est de permettre à chacun de s'exprimer librement et de permettre aux participants d'être acteurs de leur formation.

Moyens techniques et supports pédagogiques :

- ✓ Documents écrits : documentations professionnelles, questionnaires, exercices, cas à étudier, textes à analyser ou à rédiger...
- ✓ Tableau (Paper-board...)
- ✓ Aides visuelles : photos, dessins, schéma, graphiques, tableaux...
- ✓ Matériel de démonstration
- ✓ Projection : Diaporama (vidéo-projecteur, Film)
- ✓ Outil multi média
- ✓ Bibliographies, liens hypertextes

Modalité d'évaluation des stagiaires :

Une évaluation formative est effectuée par le formateur tout au long de la formation.

Une évaluation de la qualité de la formation est proposée aux stagiaires :

- ✓ Tour de table
- ✓ Questionnaire d'évaluation de fin de stage

Durée totale:

35 heures réparties sur 5 journées