

Développer les compétences de ses équipes au rayon Boulangerie-Pâtisserie



11J (77 heures)

Mise à jour : Juin 2023



Public

Toute personne travaillant dans un rayon boulangerie pâtisserie



Prérequis

Niveau : Aucun



Méthodes et Moyens pédagogiques

Modalité :

- Formation présentielle)
- Intra (groupes de 4 à 6 stagiaires)

Méthodes :

- Les méthodologies sont adaptées aux objectifs de la formation : méthode affirmative, interrogative, démonstrative
- Animation participative : illustration par des exemples concrets et des situations
- Exercices individuels en sous-groupes, mises en situation, simulations et jeux de rôle entre le formateur et les stagiaires

Matériel :

- Présentiel : Le magasin accueillant met à disposition son rayon, son laboratoire, sa réserve (...) pour la formation concernée. Les modules se dérouleront en fonction des besoins de la formation, en accord avec la direction et/ou le responsable hiérarchique et le formateur.

Support de formation : Chaque module de formation peut utiliser différents supports : Powerpoint, Excel, Word, Kahoot, Klaxoon, YouTube, vidéo personnalisée, e-learning, etc. ...

Formateur : Formateurs issus du métier et/ou encore activités



Suivi : Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage, feuille de présence élargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur, Attestation de fin de formation

Evaluation : Mise en situation, Tour de table, Evaluation des acquis

Infos pratiques :

Modalités et délais d'accès : Cette formation est accessible en intra-entreprise. Nous consulter pour connaître les dispositifs de financements possibles. En moyenne, il se passe 1 mois entre votre demande et la mise en place de la formation.

Tarifs : Sur devis

Accessibilité :

Vous êtes en situation de handicap ? Nous pouvons mettre en place des adaptations pour vous permettre de suivre la formation.

Rendez-vous sur notre page dédiée pour plus d'informations : <https://unlearn-school.fr/informations-pratiques/>



Description

À l'issue de la formation vous serez capable de construire l'assortiment, de gérer les gammes, de théâtraliser avec pertinence le rayon, d'organiser efficacement la production et le travail des équipes, de maîtriser l'entretien du rayon sur l'amplitude d'ouverture, de contrôler les performances financières et de savoir conseiller les clients

Objectifs

- Définir l'assortiment et gérer les gammes du rayon boulangerie viennoiserie
- Appréhender les fondamentaux du merchandising et analyser son linéaire
- Implanter les familles de produits
- Théâtraliser et valoriser l'offre au rayon BOULANGERIE-PÂTISSERIE
- Réimplanter le rayon (exercice d'application)
- Définir les besoins humains et matériels
- Identifier les tâches quotidiennes et préparer la check-list opérationnelle
- Etablir la planification des tâches
- Optimiser les méthodes de travail et utiliser les outils de production
- Suivre les produits finis et les conditionnements
- Contrôler la bonne exécution des différentes tâches du rayon
- Maîtriser les points de contrôle sur la fraîcheur et la qualité des produits en rayon
- Mesurer les performances du rayon
- Piloter et optimiser la gestion du rayon
- Appliquer la réglementation relative à l'étiquetage des produits et la traçabilité
- Respecter la réglementation relative à la publicité des prix
- Connaître les sanctions encourues

Programme

L'ASSORTIMENT AU RAYON

- > Définir l'assortiment et gérer les gammes du rayon boulangerie viennoiserie
- > Les règles de construction d'un assortiment en boulangerie-viennoiserie
- > La connaissance de son marché et de ses fournisseurs
- > L'adaptation de son assortiment selon la taille du magasin et la clientèle
- > La largeur et la profondeur de gamme par famille de produits
- > Les 20/80 et les produits complémentaires en fonction du magasin
- > L'étude des facings
- > L'adaptation des contenus aux contenants
- > L'identification des produits régionaux, saisonniers et festifs.
- > Le contrôle de l'adéquation assortiment-matériel (ustensiles, matériels, emballages...)
- > L'identification des nouveautés possibles

L'IMPLANTATION DU LINÉAIRE

- > Appréhender les fondamentaux du merchandising
- > Définition
- > Les principes clés
- > Le merchandising d'organisation, de gestion et de séduction
- > La zone de chalandise - l'aménagement du magasin - l'ambiance du magasin
- > Les attitudes, les différents types d'achat, la psychologie d'un client dans un linéaire, les différentes étapes du comportement
- > Analyser son linéaire
 - L'implantation du rayon dans le magasin
 - La taille et les caractéristiques techniques du linéaire
 - Le sens de circulation des clients

- Les contraintes et points forts
- > Implanter les familles de produits
 - Les familles de produits
 - Le sens d'implantation
 - La place à affecter à chaque famille
 - Les exemples d'implantation

LA THEATRISATION DU LINEAIRE

- > Théâtraliser et valoriser l'offre du rayon
- > La démarche AIDA (Attirer l'attention, Inciter l'intérêt, Développer le désir, Amener à l'achat)
- > La théâtralisation et la présentation de l'offre
- > La présentation visuelle
- > Effet de masse, Volume, Couleurs, Equilibre
- > Mise en scène, balisage et affichage
- > La théâtralisation du linéaire
- > Animation, Balisage, Décoration, Eclairage, Esthétisme
- > Les techniques de mise en avant du linéaire et des produits
- > Les méthodes de décoration
- > La signalisation et les mises en avant
- > Les promotions et les actions commerciales
- > Les dynamiques promotionnelles internes

L'ORGANISATION DU TRAVAIL AU RAYON

- > Définir les besoins humains et matériels du rayon
 - L'analyse de l'activité du rayon
 - Les tâches quotidiennes et la schématisation de la répartition horaire et hebdomadaire de la fréquentation client
 - Les besoins matériels nécessaires
- > Identifier les tâches quotidiennes et préparer la check-list opérationnelle
 - Avant ouverture
 - Pendant ouverture
 - Après ouverture
- > Etablir la planification des tâches
 - La définition des tâches par poste
 - La détermination des polyvalences
 - L'évaluation des temps de travail nécessaires
 - L'établissement du planning de l'équipe
 - La gestion des congés et les absences
- > Optimiser les méthodes de travail en rayon et au laboratoire
 - Où ? Quoi ? Quand ? Comment ?
 - Les tâches à réaliser en rayon
 - Le travail en atelier
 - La vérification des conditionnements
 - Les conditions de stockage
- > Utiliser les outils de production
 - Les grandes étapes de la production
 - Le cadencier de fabrication
- > Suivre les produits finis et les conditionnements
 - Les facteurs influençant sur la durée de vie des produits
 - La gestion des dates
- > Contrôler la bonne exécution des différentes tâches du rayon
 - Le contrôle de la réalisation des tâches déléguées

- Le contrôle du respect de l'hygiène et de la sécurité
- L'utilisation des Equipements de Protection Individuelle
- L'entretien et nettoyage du matériel
- L'image du rayon : la vision consommateur du rayon, la tenue des employés
- Le contrôle de la check-list : avant l'ouverture, pendant la journée et à la fermeture

L'ENTRETIEN DU RAYON PENDANT L'AMPLITUDE HORAIRE

- > Maîtriser les points de contrôle sur la fraîcheur et la qualité des produits en rayon
- > Les points de contrôle sur la fraîcheur et la qualité des produits en rayon
- > Les soins aux produits tout au long de la journée
- > Les causes d'altération : symptômes et repères visuels
- > Les produits sensibles
- > Les actions fondamentales à mettre en œuvre
- > Les règles de rangement et de remplissage du rayon et notion de rupture
- > Le contrôle du rayon pendant l'amplitude d'ouverture : la vision client
- > Le suivi des rotations de produits et de la casse
- > Le contrôle des gammes obligatoires jusqu'au soir.
- > L'image du rayon : Nettoyage, la tenue du personnel
- > Le contrôle de la bonne application de la législation et des réglementations relatives à l'étiquetage et l'hygiène
- > La maîtrise des opérations d'ouverture et de fermeture de rayon

LA GESTION FINANCIERE AU RAYON

- > Mesurer les performances du rayon
 - Les principaux ratios
 - Le chiffre d'affaires
 - Les différentes approches de la marge
 - Les indicateurs de performance
 - Les calculs commerciaux quotidiens
 - Les situations mensuelles
 - Les principaux coûts
 - Stocks et inventaires
 - Chiffrage de la démarque et des pertes
- > Piloter et optimiser la gestion du rayon
 - La rentabilité des fiches recettes
 - Calcul de prix de revient, Calcul de marge
 - La gestion prévisionnelle et la construction budgétaire
 - Construction budgétaire du chiffre d'affaires
 - Budget de marge, Budget d'achat, Budget frais de personnel
 - Le suivi des cadenciers de fabrication à la semaine et au mois
 - Le contrôle du coût de revient et la marge
 - L'élaboration d'un prix de vente consommateur
 - Relevés concurrence
 - Coefficients multiplicateurs, Marges et paramètres de compétitivité
 - Le calcul de l'impact financier d'une opération promotionnelle
 - Historique des promotions
 - Chiffrage de l'incidence d'une opération promotionnelle
 - La péréquation de marges
 - Compensation de marges : mécanismes de compensation et politique prix
 - Analyse des coûts promotionnels (perte de marge)
 - Le compensateur de promotion
 - L'élaboration, le suivi de ses objectifs et l'analyse des écarts
 - Fixation des objectifs
 - Suivi et analyse des indicateurs : marge théorique et réelle, démarque connue, chiffre d'affaires
 - Suivi et pilotage du tableau de bord du rayon
 - Action sur le schéma d'analyse d'un problème de marge brute ou de chiffre d'affaires au rayon

LES REGLEMENTATIONS SPECIFIQUES AU RAYON

- > Appliquer la réglementation relative à l'étiquetage des produits
 - Les mentions obligatoires
 - L'étiquetage des denrées alimentaires préemballées
 - L'étiquetage des denrées alimentaires non-préemballées
 - La réglementation relative aux mentions
 - Mentions obligatoires
 - Origines des produits
 - Composition des produits et ingrédients
 - Dates de consommation et modes de conservation
 - Allergènes
 - Les règles d'affichage des prix
 - Les spécificités de l'étiquetage en boulangerie viennoiserie pâtisserie
 - Mentions obligatoires et volontaires
 - Les sanctions encourues
 - Règles d'affichage des prix
 - Règles d'annonce de réduction des prix

- > Assurer la traçabilité
 - Le concept de traçabilité
 - Définition, les objectifs et enjeux
 - La réglementation
 - Mise en œuvre la traçabilité
 - Les règles de base de la traçabilité
 - Le schéma de la traçabilité
 - Gestion des non-conformités
 - La traçabilité appliquée au rayon
 - Les contrôles spécifiques aux réceptions
 - La comptabilité matière aux entrées
 - Le suivi des informations lors de la transformation

- > Respecter la réglementation relative à la publicité des prix
 - Les règles d'affichage des prix
 - Les règles d'annonce de réduction de prix

- > Connaître les sanctions encourues
 - Règles d'affichage des prix
 - Règles d'annonce de réduction des prix