

# Développer les compétences de ses équipes au rayon Charcuterie - Traiteur - Fromage



11J (77 heures)

Mise à jour : Juin 2023



## Public

Toute personne travaillant dans un rayon charcuterie - traiteur - fromage



## Prérequis

Niveau : Aucun

Techniques (formations en classe virtuelle) : Vous devez disposer d'un ordinateur connecté à internet, d'un micro et d'une caméra



## 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 linéaire
- Appréhender les fondamentaux du merchandising et analyser son linéaire
- Implanter les familles de produits
- Théâtraliser et valoriser l'offre au rayon
- 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 en rayon et au laboratoire
- Utiliser les outils de
- production en fraîche découpe. Suivre les
- produits finis et les conditionnements.
- Contrôler la bonne exécution des différentes
- tâches du rayon. 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. Accueillir, informer, orienter
- le client. Conseiller les clients au rayon.
- Associer les produits

## Programme

### INTRODUCTION

---

- > Créer un climat de confiance
- > Fixer les règles de fonctionnement de la formation
- > Faciliter le partage des expériences
- > Recenser les attentes des stagiaires
- > Présenter les objectifs et le programme de formation

### L'ASSORTIMENT DU RAYON

---

- > Définir l'assortiment et gérer les gammes du linéaire
- > Les règles de construction d'un assortiment
- > Le marché et les fournisseurs
- > L'assortiment selon la taille du magasin et la clientèle
- > La densité de l'assortiment
- > Les profondeurs de gamme par famille de produits
- > Les 20/80 et les produits complémentaires en fonction du magasin
- > L'adaptation des contenus aux contenants
- > Les produits régionaux, saisonniers et festifs.
- > L'adéquation assortiment-matériel (ustensiles, matériels, emballages...)
- > Les nouveautés possibles au rayon

## L'IMPLANTATION DU RAYON

---

- > 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 et le sens de circulation des clients
  - Les contraintes et les points forts du rayon
  - Les zones du rayon (froides et chaudes)
  - La place à affecter à chaque famille
  - Les exemples d'implantation

## LA THEATRISATION DU RAYON

---

- > Théâtraliser et valoriser l'offre au 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 mise en place de la PLV
- > 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
- > Réimplanter le rayon (exercice d'application)

## L'ORGANISATION DU TRAVAIL

---

- > Définir les besoins humains et matériels du rayon
- > L'analyse de l'activité en 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 en fraîche découpe
- > Les grandes étapes de la production
- > Le cadencier de coupe
- > 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**

---

- > 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
- > Maîtriser les points de contrôle sur la fraîcheur et la qualité des produits en rayon
- > 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
- > La maîtrise des opérations d'ouverture et de fermeture de rayon

## **LA GESTION FINANCIERE DU 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 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 (fraiche découpe)
- > Le contrôle du coût de revient et la marge :
  - Le calcul du prix de revient et calcul de marge
  - La notion de rendement
- > 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
  - Le compte de résultat simplifié
- > L'appropriation de la boîte à outils :
  - Documents incontournables et points clés (check-list)

## LE CONSEIL DES CLIENTS

---

- > Accueillir, informer, orienter le client
- > Les attentes des clients
- > Les règles comportementales face à la clientèle
- > Le comportement et les attitudes
- > Les concepts de base du service au client
- > L'accueil commercial : un savoir-faire professionnel
- > Les techniques de renseignement
- > La gestion de la file d'attente
- > Conseiller les clients au rayon
- > Les qualités organoleptiques (tests sensoriels)
- > L'affinage et ses effets
- > Les spécificités régionales
- > Les grands principes de fabrication
- > Savoir conseiller la préparation de plats (raclette, plateau de charcuterie, choucroute, etc.)
- > L'adaptation saisonnière
- > Associer les produits
- > Charcuterie et pains
- > Charcuterie et vins
- > Charcuterie et accompagnement
- > Suggestions de recettes

## 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 :
  - Dénomination des produits
  - Origine des produits
  - Ingrédients
  - Date de consommation
  - Mode de conservation
  - Taux de matières grasses
  - Traitement thermique
  - Les mentions obligatoires
- > Assurer la traçabilité
- > Le concept de traçabilité :
  - Les objectifs et enjeux
  - La réglementation
- > La mise en œuvre la traçabilité :
  - Les règles de base de la traçabilité
  - Le schéma de la traçabilité
- > La gestion des non-conformités
- > Respecter la réglementation relative à la publicité des prix
- > Les règles d'affichage des prix
- > Les règles d'annonce de réduction de prix