

# Développer les compétences de ses équipes au rayon Fruits et Légumes



11J (77 heures)

Mise à jour : Juin 2023



## Public

Toute personne travaillant dans un rayon fruits et légumes



## 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

A 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-PATISSERIE
- 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 fruits et légumes
- > Les règles de construction d'un assortiment en fruits et légumes
- > La connaissance de son marché et de ses fournisseurs
- > La construction, l'analyse et l'optimisation de la gamme fruits et légumes selon la taille du magasin et la clientèle :
  - Les gammes basiques (permanents, saisonniers, produits leaders et petits produits)
  - Les gammes spécifiques (produits exotiques, fruits et légumes de contre saison, champignons, petites salades, herbes aromatiques, produits de qualité définie, produits bios, 4ème gamme, 5ème gamme, produits prêts à l'emploi)
- > La densité de l'assortiment
- > Les profondeurs de gamme par famille de produits
- > Les cadenciers de commande entrepôt pour élaborer ses gammes
- > Les 20/80 et les produits complémentaires en fonction du magasin
- > Les produits régionaux, saisonniers et festifs.
- > L'adéquation assortiment-matériel
- > Les nouveautés possibles en fruits et légumes

### 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
  - Les zones du rayon (froides, chaudes, tièdes)
  - Les points de pesés
- > Implanter les familles de produits
  - Les familles de produits à affecter
  - Les zones promotionnelles
  - Les incompatibilités de voisinage
  - Le sens d'implantation
  - La place à affecter à chaque famille
  - Les enjeux du remplissage
  - Le Balisage du rayon
  - Les exemples d'implantation

## LA THEATRISATION DU RAYON

---

- > Théâtraliser et valoriser l'offre au rayon fruits et légumes
- > La mise en valeur de l'offre fruits et légumes grâce aux différentes techniques de présentation
- > L'identification des différentes zones du rayon
- > L'utilisation de la PLV pour les animations et les promotions
- > L'optimisation de la présentation visuelle
- > Effet de masse selon les produits, Promotions, Volume, Couleurs, Equilibre
- > Mise en scène, balisage et affichage
- > La théâtralisation de son linéaire
- > Animation, Balisage, Décoration, Eclairage, Esthétisme
- > Les techniques de mise en avant au niveau du linéaire et des produits
- > La signalisation et les mises en avant
- > Les promotions et les actions commerciales
- > Les dynamiques promotionnelles internes
- > Les exemples de théâtralisation

## L'ORGANISATION DU TRAVAIL

---

- > 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
  - Où ? Quoi ? Quand ? Comment ?
  - Les tâches à réaliser en rayon
  - Le travail en réserve
- > 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
- > Le tri et les soins aux produits tout au long de la journée
- > Les règles de rangement et de remplissage du rayon et les notions de rupture
- > Le contrôle du rayon pendant l'amplitude d'ouverture : la vision client
- > Les rotations des produits, les non-conformités et la casse
- > Les relevés de températures
- > Les gammes obligatoires jusqu'au soir.
- > L'image du rayon : Nettoyage, la tenue du personnel, fraîcheur, tri, qualité, ...
- > La réouverture du rayon à 16h00
- > La bonne application de la législation et des réglementations relatives à l'étiquetage et l'hygiène
- > Les opérations d'ouverture et de fermeture de rayon
  - Les produits qui restent en linéaire
  - Les produits qui vont en chambre froide

## LA GESTION FINANCIERE AU RAYON

---

- > Mesurer les performances du rayon
- > Les principaux ratios
  - Le chiffre d'affaires, la quote-part, le panier moyen, ...
  - Les différentes approches de la marge
- > Les indicateurs de performance
  - Les calculs commerciaux quotidiens
  - L'analyse des résultats et des indicateurs (chiffre d'affaires, marge, rupture, démarque...)
  - L'ajustements selon objectifs
  - Les situations mensuelles
  - Le suivi, les contrôles et les moyens de recadrage de la marge au quotidien
- > 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 contrôle de 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
  - 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 fruits et légumes
- > Le conseil aux clients sur la maturité des fruits et légumes
- > Le conseil aux clients sur les fruits exotiques
- > Le conseil aux clients sur la qualité des produits
  - Les signes officiels
  - Les critères de qualité attendu par type de produits
- > Le conseil aux clients sur les fruits et légumes : préparations de plats à base de fruits et légumes
- > Associer les produits
- > Le conseil aux clients sur la réalisation d'une corbeille de fruits
  - Supports : Corbeilles, vases, plateaux...
  - Présentation visuelle : harmonie des couleurs, fragilité des produits, effet de masse et relief
  - Montage et finitions : feuilles comestibles, fil de fer coloré, fruits sculptés, emballage.
- > Le conseil aux clients sur les quantités individuelles
- > Le conseil aux clients sur la réalisation d'un événement familial (baptême, mariage, anniversaire...)
- > Le conseil aux clients sur les associations de produits
- > La suggestion de recettes