

COMMENT MIEUX UTILISER VOS DATA POUR RENFORCER LA STRATÉGIE ET LE PILOTAGE DE VOTRE NÉGO AVEC LES CENTRALES

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

- ❖ Mettre la data au service de vos objectifs stratégiques.
- ❖ Mieux analyser les data pour optimiser plus rapidement et efficacement les solutions

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- La méthodologie fondamentale : « Je cherche quoi pour démontrer et proposer quoi ? » : savoir l'inventaire de vos data, savoir les lire et savoir les manier, notamment avec le client.
- Aborder des exemples de data spécifiques utilisés actuellement par les fournisseurs.
- Feedbacks immédiats à l'issue des ateliers et partages d'expériences avec les participants visant à confirmer que la data n'est pas réservée uniquement aux services support.

NOS FORMATEURS



Patrick CLEMENT
Expert grande distribution
Fondateur Birdy-conseil



Olivier LAURIOL
Consultant, fondateur du cabinet ARKOSE
Consulting, spécialiste en négociation

POPULATION CONCERNÉE : Cette formation est destinée aux directeur commercial, directeur d'enseigne, compte clé régional et national, responsable enseigne, catégorie manager, managers régionaux en charge des négociations régionales

PRE-REQUIS : Toute personne amenée à négocier et ou construire une stratégie commerciale pour l'entreprise auprès du centrale.

Si vous êtes en situation de handicap ou de santé qui impacte le suivi de la formation :
contacter notre référent par mail : réfèrent-handicap@arkose.net

1 – QUELLES SONT LES DATAS DISPONIBLES ET COMMENT LES ORGANISER

- Où trouver la data dans votre entreprise... et à l'extérieur ?
- Comment opter pour un périmètre catégoriel ?
- Les données utiles pour la négociation : quelles data pour quels objectifs ?
- Le croisement des données
- Les synthèses opérationnelles

2 – COMPRENDRE LA STRATÉGIE DES ENSEIGNES

- Quelles data vous informent sur la stratégie enseigne
- Comment interpréter les data pour comprendre la stratégie enseigne
- Réajuster sa stratégie par enseigne

3 – COMMENT DÉFINIR LES DONNÉES UTILES À LA CONSTRUCTION DE LA STRATÉGIE

- Définir son objectif commercial par enseigne
- Comment classer les données allant pour ou contre votre objectif
- En déduire vos arguments

4 – COMMENT METTRE LA DATA AU SERVICE DE VOTRE STRATÉGIE

- Définir son objectif
- Changer son objectif avec la data
- Renforcer son argumentation avec la data



1 AVRIL



DE 9H30
À 17H30

1 JOUR

7 HEURES
PRÉSENTIELLES



890,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNER INCLUS



PARIS



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION