

**Les négociations de l'an prochain seront influencées
par vos revues de catégories de cet été:
Préparez la taille des boîtes avant de retourner en box**

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME :

- Construire vos assortiments 2023 en pré-vendant les tailles de boîte de vos segments stratégiques.
- Valoriser les performances de vos best sellers actuels pour obtenir davantage de diffusion, d'exposition et de promotion de votre marque.
- Préparer le lancement de vos innovations par une présentation de leur bénéfice pour la catégorie et pour vos clients, grâce à une approche orientée « shopper ».
- Aborder une stratégie digitale (data et multicanal).

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

- Une démarche originale de category management accessible également aux PME,
 1. Partir du shopper et arriver à l'exécution force de vente en magasin, pour assurer la DV
 2. Utiliser les data disponibles : études shoppers, panels, data sharing, revues de presse, sites internet
 3. Personnaliser le discours par enseigne pour un conseil crédible sur la taille des boîtes
 4. Préparer les CGV 2023 en adéquation avec les objectifs et les moyens (humains) de l'entreprise
 5. Faire les bons choix en amont pour se focaliser sur l'exécution en aval
- Le partage de présentations catégorielles réussies dans des univers différents : Food, DPH, parapharmacie

NOTRE FORMATEUR



Pascal BUCALO

Category manager pour des PME
ex directeur Shopper Insights IRI
Ex marketing et KAM en Marques nationales

POPULATION CONCERNÉE : Directions commerciales et category management, directions Marketing opérationnel,

PRE-REQUIS : Être acteur et partie prenante de la construction des assortiments et revues catégorielles

Si vous êtes en situation de handicap ou de santé qui impacte le suivi de la formation :

contacter notre référent par mail : referent-handicap@arkose.net

MODULE 1 : DU SHOPPER AU MAGASIN

- Les data des panels consommateurs (Homescan Nielsen, Kantar GfK etc,,)
- Les études shoppers : observations et explications des comportements d'achat
- Les shopping missions : dans quels types de paniers se trouve votre catégorie
- Les forces et faiblesses des enseignes et des formats, les drives et la proxi

MODULE 2: DU MAGASIN AUX LINEAIRES ET AUX PRODUITS

- Les parts de marché et les taux de fidélité des enseignes
- L'évolution de la taille des boîtes, la diversité de cette taille par format
- Les tops et les flops de la catégorie
- Le « ranking » des incontournables, tels que vus par les enseignes
- La présentation des innovations et leur justification pour la catégorie

MODULE 3: DES PRODUITS AUX ASSORTIMENTS ET AUX CONDITIONS COMMERCIALES

- L'utilisation du datasharing pour augmenter la personnalisation du discours
- Le conseil sur les tailles de boîtes 2023
- L'impact des objectifs d'assortiments sur les CGV 2023
- **Impact de la stratégie multicanale dans vos CGV 2023**

MODULE 4 : DES CONDITIONS COMMERCIALES AUX NEGOCIATIONS AVEC LES CENTRALES ET AUX EXECUTIONS EN MAGASINS

- Avec qui et comment influencer la taille de boîte, de la centralisation totale, au conseil et au local individuel
- Quand et avec et comment négocier en centrale
- La conformité des assortiments négociés en centrale : aujourd'hui et demain
- Les instruments d'activation de la DN en magasin, avec ou sans force de vente
- Les outils de suivi de l'exécution en magasin



19 MAI 2022



DE 9H30
À 17H30

1 JOUR

7 HEURES PRÉSENTIELLES



950,00 € HT
SUPPORT ET
DEJEUNER
INCLUS



PARIS



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION