

Programme détaillé – Formation 1 jour

Se lancer en Belgique en GMS : comprendre le marché, éviter les pièges, choisir le bon scénario d'entrée

Format : 1 journée (7h) – Inter-entreprises ou intra – Présentiel recommandé (distanciel possible).

1. Objectifs

- Décrire la structure du marché belge GMS et identifier les enseignes pertinentes selon la catégorie.
- Expliquer les différences clés France vs Belgique (organisation, acheteurs, dynamique FR/NL, pratiques commerciales).
- Identifier les principaux risques et pièges (CGV, remises, logistique, langues, tests, déréférencements).
- Choisir un scénario d'entrée réaliste (centrale, pilote, déploiement progressif, MDD vs marque nationale).
- Produire une décision Go/No Go argumentée et un plan d'action 30/60/90 jours.

2. Public cible

- Dirigeants / DG de PME agro, DPH, cosmétique
- Responsables commerciaux / comptes clés / export
- Responsables marketing / trade / category
- Chefs de projet « développement Belgique » (ou Europe francophone)

3. Prérequis

- Avoir une offre commercialisable (gamme stable, tarifs, documents commerciaux).
- Idéalement : déjà vendu en GMS en France ou réseau spécialisé structuré.

4. Durée et format

- Durée : 1 journée (7h).
- Modalités : présentiel recommandé. Distanciel possible.
- Format : inter-entreprises ou intra (sur-mesure possible).

5. Déroulé pédagogique (minutage)

09:00 – 09:20 Accueil et cadrage

- Tour de table rapide. Cadre de la journée (décision et plan d'action).
- Livrable : grille de diagnostic initial (1 page).

09:20 – 10:30 Module 1 – Panorama du marché belge GMS

- Structure du marché. Enseignes clés. Différences FR/NL.
- Ce qui a changé récemment (inflation, MDD, déréférencements).
- Livrables : carte du marché + checklist « à vérifier avant de contacter ».

10:30 – 10:45 Pause

10:45 – 12:00 Module 2 – France vs Belgique : différences qui font perdre du temps

- Organisation des centrales et cycles de décision.
- Attentes acheteurs. Arguments qui marchent vs qui ne marchent pas.
- Exercice : pitch Belgique en 60 secondes.
- Livrable : canevas pitch + messages clés.

12:00 – 13:00 Déjeuner

13:00 – 14:20 Module 3 – Cadre commercial et contractuel

- CGV : points de vigilance. Conditions commerciales attendues.
- Risques opérationnels (logistique, langues, exécution).
- Erreurs fréquentes des PME françaises.
- Livrables : checklist CGV/conditions + top erreurs.

14:20 – 14:30 Pause

14:30 – 16:00 Module 4 – Scénarios d'entrée marché

- Centrale directe, test pilote, déploiement progressif.
- MDD vs marque nationale : implications et attentes.
- Exercice : scénario recommandé par participant.
- Livrable : matrice de décision scénarios (1 page).

16:00 – 17:00 Module 5 – Go / No Go + plan 30/60/90 jours

- Grille Go/No Go. Actions minimales avant démarrage.
- Plan 30/60/90 jours.
- Next steps possibles pour les projets matures.
- Livrable final : décision Go/No Go + plan 30/60/90 (1 page).

6. Modalités pédagogiques

- Alternance : apports courts, retours terrain, questions, exercices.
- Approche orientée décision et exécution (pas de théorie inutile).
- Support remis aux participants.

7. Modalités d'évaluation

- Quiz court de fin de journée (option).
- Validation par livrable final (Go/No Go + plan 30/60/90).

8. Moyens matériels

- Salle + écran (présentiel) ou visioconférence (distanciel).
- Paperboard recommandé.
- Documents fournis : matrices, checklists, canevas pitch.
- Ordinateur recommandé pour les participants