Démarrer en RHD — pour DC / KAM

DURÉE ET HORAIRES

2 jours
14 heures
Horaires : de 9h30 à 17h30

DATES 2027

Session 1 : 3 & 4 février 2027 · Paris
Session 2 : 20 & 21 avril 2027 · Paris

PUBLIC

Peu ou pas d'expertise dans ces circuits. Des décisionnaires sur la stratégie et le développement commercial : DC voire DG TPE/PME, KAM, Compte Clef Régional. Possible d'avoir des chefs de secteur si groupe 100 % chefs de secteur.

PRÉREQUIS

Aucun. Ne pas être déjà expert RHD.

TARIF

1 990 € HT par participant

RECONNAISSANCE DÉLIVRÉE

Certificat de réalisation de l'action de formation.

ACCESSIBILITÉ HANDICAP

Référent handicap : referent-handicap@arkose.net.

FINANCEMENT

Prise en charge possible par votre OPCO : l'organisme est certifié Qualiopi.

INSCRIPTION ET CONTACT

Inscription en 1 clic via contact@arkose.net
Arkose Consulting · 7 chemin des Pyrénées,
64200 Arcangues
Contact : contact@arkose.net
Organisme certifié Qualiopi au titre des actions de formation.

VOS ENJEUX

Vous ne faites aucun business en RHD ou vous avez quelques positions historiques, en opportunités, et vous n'avez pas encore exploité le potentiel de ces marchés. Vous avez besoin de visualiser le panorama exhaustif des utilisateurs ainsi que les grossistes associés, de découvrir les facteurs clefs de succès et le Route To Market.

OBJECTIFS

- Maîtriser les grands marqueurs et rouages de la RHD.
- Connaître les principaux métiers de la RHD.
- Découvrir les types de grossistes et leurs spécificités.
- S'approprier les facteurs clefs de succès pour réussir en RHD.
- Découvrir des bases de priorisation.

PROGRAMME

- Jour 1, matin : inclusion pour découverte des enjeux de chacun sur ce module et sur les priorités en RHD. Puis découverte de la RHD : de quoi parle-t-on, de qui, comment ça fonctionne.
- Jour 1, après-midi : Les acteurs, utilisateurs et distributeurs.
- Jour 2, matin : Fondamentaux pour bien se lancer en RHD.
- Jour 2, après-midi : Travail de pondération et de priorisation des cibles.

DISPOSITIF PÉDAGOGIQUE ET MOYENS

- Apports méthodologiques, ateliers de travail, mises en situation, jeux de rôles, jeux décadrés.
- Datas sur le marché, cartographie.
- Cas pratiques sur les facteurs clefs de succès.
- Cas pratiques sur la pondération et priorisation de plusieurs marques.
- Partage best practices et worst cases de lancement.
- Moyens : Accueil des apprenants dans une salle dédiée à la formation ; documents supports de formation projetés ; notions clés ; étude de cas concrets ; quiz en salle en fin de session ; mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

SUIVI ET ÉVALUATION

Pendant la formation : validation régulière des acquis intermédiaires des stagiaires par reformulation, mises en pratique, prises d'objectifs. Le dernier jour : évaluation à chaud, prise d'engagements à partager avec leur hiérarchie et passage d'un quiz pour valider les acquis. Pour l'organisme : feuilles de présence, formulaires d'évaluation de la formation, certificat de réalisation de l'action de formation.

LE + DE LA FORMATION

- Animation menée par un expert sectoriel
- Gain de temps dans la mise en pratique avec travail sur cas concret

VOS FORMATEURS

- Consultants marketing et vente, experts de la GMS et de la RHD