

# CYCLE CATEGORY MANAGEMENT ET MERCHANDISING

Se doter d'une vision stratégique du merchandising et concevoir les solutions adaptées

3 X 0,5 JOUR EN CLASSE VIRTUELLE, 10,5 HEURES

MÉTIERS GRANDE CONSO

CODE : LCYW01

## Objectifs de la formation

- Identifier les potentiels de croissance d'une catégorie de produits
- Définir un cahier des charge et indicateurs de performances pour une future démarche efficace
- Construire une démarche merchandising efficace et convaincante
- Engager et piloter un projet de category management avec un ou plusieurs partenaires (marques-enseignes)

## Animée par

- **TOURNÉ Sébastien**  
Directeur général et consultant senior en merchandising,  
**AGENCE CROSS**
- **HERMANN Julie**  
Fondatrice,  
**FOCUS SHOPPER**

## Public concernés

- Directeurs marketing et commerciaux, acheteurs, category managers, grands comptes, responsables trade
- marketing: tous les cadres qui doivent engager des collaborations, en enseignes comme chez les marques, dans

## Module 1 : analyse catégorielle

- Introduction
- La structure de l'analyse catégorielle
- L'analyse business
- L'analyse conso/shoppers
- L'analyse merchandising
- Les contraintes internes et externes
- Le cahier des charges de la démarche
- Conclusions

## Module 2 : démarche merchandising

- Introduction
- Démarche merchandising : définition
- Diagnostic merchandising stratégique
- Définition des solutions
- Le story telling : l'argumentation

- tous les secteurs de la distribution moderne (GSA, GSB, jardineries, loisirs, technologies, pharmacies, beauté,
- textile)

## Dates

- Classe virtuelle  
13-19/10/2020

## Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

## Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

## Modalités pédagogiques

- Tous nos stages de formations sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants.
- Les cycles se déroulent en présentiel ou en classe virtuelle avec un équilibre théorie / pratique. Chaque fois que cela est pertinent des études de cas et des mises en pratique ou en situation sont proposées aux stagiaires.
- Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics.
- Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session.
- Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue du cycle.
- Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

- La phase de tests
- Conclusions

---

## Module 3 : category management

- Introduction
- Histoire et philosophie
- Définition d'une catégorie
- Rôles des catégories
- Analyses des performances d'une catégorie et indicateurs
- Stratégies catégorielles
- Tactiques
- Plan de mise en oeuvre
- Conclusion

## Tarifs

■ Tarif général \_\_\_\_\_ 1100,00 €HT