

MISER SUR LE CATEGORY MANAGEMENT EN RHD

Les facteurs clés de succès pour bâtir une stratégie efficace

1 JOUR, 7 HEURES

RESTAURATION COMMERCIALE

Objectifs de la formation

Cerner les bénéfices potentiels d'une approche catégorielle en RHD pour un industriel

Identifier les prérequis et les mettre en perspective par rapport à la situation de votre entreprise

Découvrir les différentes étapes du processus catégoriel en RHD et bâtir des stratégies catégorielles percutantes et efficaces

Avoir le « mode d'emploi » pour démarrer ou optimiser votre démarche catégorielle

Parmi nos formateurs

- Professionnel(s) du secteur

Public concernés

- Établissements : Restaurateurs • Industriels fournisseurs • Grossistes • Distributeurs • Investisseurs financiers dans le secteur de la RHD •
- Fonctions : Directeurs du Category Management • Directeurs commerciaux • Directeur du développement des ventes • Directeur Trade Marketing • Directeurs Marketing

Prérequis

- Aucun prérequis

Accueil des participants

Début de la journée

LES RAISONS DE DÉVELOPPER UNE APPROCHE CATÉGORIELLE ET LES MOYENS DE LA METTRE EN ŒUVRE

- Comprendre ce qu'est « être catégoriel » du point de vue du client, et les bénéfices de la posture d'apporteur d'affaires pour l'industriel
- Cerner les atouts de la posture centrée sur les clients afin de développer sa marque
- Quelles données, quelles compétences et quels impacts sur l'organisation... : les conditions à remplir pour un category management efficace
- Exemples concrets d'organisations

CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE CATÉGORIELLE EFFICACE

- Faire émerger les sources de croissance de la catégorie pour nourrir la stratégie marketing et la stratégie catégorielle par l'identification de nouveaux insights sur les trois niveaux de clients (convives, utilisateurs et distributeurs)
- Définir sa stratégie catégorielle et la stratégie par circuit (distributeurs, cash & carry, grands comptes) et prioriser les clients

- Bâtir un discours catégoriel impactant

BÂTIR VOS PLANS CATÉGORIELS PAR CLIENT

- Elaborer un diagnostic à 360° du client et de votre entreprise chez le client afin de faire émerger les sources de croissance pour les deux parties
- Déterminer l'alignement stratégique de votre entreprise par rapport à votre client
- Construire efficacement le plan d'action client
- Préparer la revente au client, le support de vente du plan d'action exprimé en bénéfices pour le client et le plan relationnel.
- Cas fil rouge partie 1 : Mise en pratique de la construction d'une stratégie catégorielle en s'appuyant notamment sur les données du panel Crest

SAVOIR PILOTER LES PLANS CATÉGORIELS

- Ecrire la feuille de route d'exécution de la stratégie catégorielle par métier (marketing, KAM, logistique, R&D...)
- Construire une score card et définir les bons KPI's pour suivre l'exécution des actions et mesurer les résultats
- Partager régulièrement avec vos clients sur l'avancement des plans d'action et du plan d'action et créer une relation favorable permettant la mise en place d'un joint business plan
- Cas fil rouge Partie 2 : Diagnostic d'un client et construction d'un plan d'action catégoriel en s'appuyant notamment sur les données du panel Crest

FAITES VOTRE AUTO-DIAGNOSTIQUE

- A partir d'un questionnaire complet, auto-diagnostiquez le niveau de pratique du Category Management dans votre entreprise et construisez la feuille de route en vue de l'atteinte de vos objectifs

Dates

Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

- **Modalités pédagogiques:**

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. 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. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

- **Modalités d'évaluation:**

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. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. 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 de la formation. 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.

- **Modalités techniques FOAD:**

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistiqueformations@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.

