

COMMENT METTRE EN PLACE UN SUCCESSFUL CATEGORY MANAGEMENT ?

RESUME

Le consommateur a modifié son parcours d'achat et ses missions de courses. En hypermarché et supermarché les « niches » se développent comme le BIO, les fournisseurs locaux, les « sans ». Les centrales d'achat se regroupent et les enseignes cherchent des partenaires experts pour créer de la croissance rentable. Mettre en place un **Category Management efficace** est plus que jamais indispensable pour se **différencier**. Cette formation « **SUCCESSFUL Category Management** » issue des travaux de ECR permet de s'appropriier concrètement le process du Category Management. Elle facilite l'apprentissage par des cas pratiques. Elle est riche en exemples et témoignages d'entreprises leaders et référentes en France. Elle s'applique à tous les circuits : **GMS, proximité, Ecommerce, circuits spécialisés, non alimentaire**, tout comme à la **parfumerie, la parapharmacie et circuit BIO...**

OBJECTIF

Comprendre les fondamentaux du Category Management et comprendre ce que cela apporte en entreprise : différenciation positive, optimisation, croissance

Assimiler chaque étape du Category Management, du diagnostic catégoriel au plan d'action

Pouvoir appliquer immédiatement le process avec des conseils pratiques et opérationnels,

PROGRAMME

JOUR 1

Comprendre ce qu'est le Category Management et ce qu'il peut apporter à mon entreprise

Définition, Category Management aujourd'hui et le cadre légal

Les étapes, le processus du Category Management

Les objectifs des distributeurs et des industriels

Comprendre le périmètre de la Catégorie et les attentes shoppers

Les fondamentaux du Shopper, comment les shoppers prennent-ils leur décision ?

Comment définir le périmètre de la catégorie

Quelles sont les informations à disposition et comment les traiter. 4 sources d'information, en interne, en externe, le PESTEL, data marché, études shopper

S'approprier la boîte à outil ECR & le Diagnostic Catégoriel

Les questions clés à se poser pour un diagnostic Marché et un diagnostic Enseigne ?

Quelles sont les analyses indispensables et celles qui permettent d'aller plus loin,

JOUR 2

Savoir élaborer une stratégie Catégorielle

Quel levier catégoriel activer ? 3, 4, 6 P ? Avec un focus particulier sur l'assortiment, le merchandising, les promotion

Les astuces pour stratégie Catégorielle efficace

Ce qui compte : la mise en place opérationnelle

OSA, l'impact de la disponibilité sur les décisions shopper

Check list de l'excellence opérationnelle pour les activations

Des exemples de réussite client

Synthèse Le rôle du Category Manager – Workshop créatif (si le temps le permet)

LES PLUS

- **Inter-entreprises**
- **L'expérience** et la vision opérationnelle de l'expert animateur, reconnues dans le secteur du Retail et Ecommerce
- **Approche vivante** illustrée des meilleures pratiques françaises et internationales
- **Workshop créatif** (selon le temps disponible) : travail collaboratif pour résoudre les défis des participants.

PUBLIC

Category Manager en **prise de poste**, Category Manager métier, Category Manager enseigne, trade marketing, Marketing Manager, Chargé d'études,

PRE-REQUIS

Aucun

DATES

4 et 5 décembre 2018 (2 jours, 14h)

1 et 2 Avril 2019 (2 jours, 14h)

Possibilité de Formation ad hoc

TARIFS

Adhérent : 1000 € H.T.

Non adhérent : 1400 € H.T.

LIEU

Institut du Commerce
14, rue Magellan
75008 PARIS

FORMATEUR

Francoise Acca
Consultante et
Formatrice certifiée
ACTINCO
Retail, E-commerce,



Spécialiste du Retail, elle anime les groupes de travail Ecommerce, Promotion et Proximité à l'IDC et elle accompagne de façon originale les marques dans leur développement Ecommerce

INSCRIPTION

Sur le site de l'institut du Commerce
(Activités/formation)

CONDITIONS DE PARTICIPATION

A Réception du bulletin d'inscription signé L'Institut du Commerce adresse au responsable de la formation une CONVENTION de FORMATION en double exemplaire dont l'un est à nous retourner daté, signé et revêtu du cachet société.

OPCA (*organisme de Gestion*)

En cas de prise en charge par une OPCA, l'inscription n'est définitive qu'après un accord de l'organisme notifié par écrit. Si l'Institut du Commerce n'a pas réceptionné l'accord de financement, vous serez facturé de l'intégralité du coût de la formation. En cas de prise en charge partielle par l'OPCA, la part non prise en charge vous sera directement facturée. Toute facture non payée à échéance portera de plein droit, intérêt au taux d'intérêt appliqué par la Banque Centrale Européenne à son opération de refinancement la plus récente majoré de 10 points.

Convocation

Une convocation, avec des informations d'accès, est envoyée individuellement à chaque participant

Annulation - remplacement

Si le nombre de participants est insuffisant, l'organisateur se réserve le droit d'annuler ou de reporter la session, avant le début de celle-ci.

Pour être prise en compte, toute annulation doit être communiquée par écrit. Les remplacements de participants sont admis à tout moment, sans frais, sous réserve d'en informer par écrit L'Institut du Commerce et de lui transmettre les noms et coordonnées du ou des remplaçants au plus tard la veille de la formation. Vous disposez de la faculté d'annuler une inscription sans frais sous réserve d'en informer l'Institut du Commerce par lettre recommandée avec accusé de réception ou par courriel avec accusé de réception à l'adresse fdc@institutducommerce.org reçu au plus tard quatorze jours calendaires avant la date de la formation. En cas d'annulation reçue moins de quatorze jours calendaires avant la date de la formation, le montant de l'inscription reste dû en totalité à l'Institut du Commerce. Toute formation à laquelle le participant ne s'est pas présenté ou n'a assisté que partiellement est due en totalité.