



Parcours certifiant Trade Marketing et Category Management

Mettre en œuvre et piloter sa stratégie marketing point de vente

À l'issue de ce parcours, vous serez en mesure de construire une stratégie marketing point de vente efficace, de déployer cette stratégie et de veiller à son optimisation permanente.

MODULE 1 | 2 jours

Élaborer et déployer une stratégie de category management

Concevoir des dispositifs catégoriels pertinents

- Définir la ou les catégorie(s) concernée(s) par ses gammes de produits.
- Évaluer le potentiel de la catégorie et construire une stratégie optimisant le chiffre d'affaires.
- Vendre ses dispositifs catégoriels aux distributeurs.
- Développer les outils garantissant le déploiement opérationnel de la stratégie.

MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** en amont/aval de la formation
- Quel canal de vente choisir ?
- Que doit-on savoir sur le consommateur ?
- Comment le marketing peut-il travailler en synergie avec les autres services ?

MODULE 2 | 4 jours

Piloter un dispositif merchandising et trade marketing performant

Optimiser son impact en point de vente grâce à un merchandising efficace

- Analyser le comportement des consommateurs et la performance des dispositifs existants.
- Construire une recommandation d'implantation produits et des planogrammes qui optimisent les ventes.
- Théâtraliser l'offre avec des dispositifs disruptifs pour booster les ventes.
- Piloter le déploiement opérationnel de la stratégie d'implantation.
- Mesurer la performance du merchandising et l'ajuster dès que nécessaire.

Concevoir et formaliser une stratégie trade marketing cohérente avec la stratégie marketing globale

- Analyser la situation de sa marque et de sa catégorie, de son enseigne.
- Comprendre les attentes et comportements du client / shopper.
- Définir une stratégie de distribution : canaux, objectifs quantitatifs, objectifs qualitatifs.
- Construire et recommander un plan d'action opérationnel par canal de distribution et par enseigne.
- Déterminer les objectifs et KPIs.

MODULE 3 | 4 jours

Développer des outils opérationnels et des opérations de promotion des ventes

Travailler en synergie avec les forces de vente, impliquer et fournir des outils d'aide à la vente opérationnels

- Recueillir les besoins des forces de vente et s'approprier les observations terrain en travaillant en synergie au quotidien.
- Vendre sa stratégie trade marketing aux forces de vente.
- Développer des outils d'aide à la vente complets, synthétiques et opérationnels.
- Impliquer les forces de vente dans le déploiement des dispositifs merchandising et des campagnes promotionnelles : animer les réseaux sell-in et sell-out.

Développer et mettre en place des opérations de promotion des ventes performantes

- Construire une stratégie et un calendrier de promotion des ventes cohérents avec la stratégie marketing et le plan de communication, ainsi qu'avec les temps forts des distributeurs.
- Construire et suivre le budget trade marketing, en optimisant les coûts.
- Développer des outils trade marketing efficaces.
- Gérer le déploiement des animations points de vente.

MODULE 4 | 2 jours

Optimiser le dispositif grâce aux outils digitaux et au pilotage de la performance

Réenchanter l'expérience client : digitalisation et clienteling

- Analyser le parcours du shopper.
- Faciliter les interactions vertueuses entre points de vente physiques et digitaux : web to store, click & collect, store to web, showrooming, points de vente connectés, géolocalisation et usage des beacons...
- Déterminer les modalités et limites de la personnalisation du parcours client en point de vente : le clienteling.

Piloter la performance du dispositif et l'optimiser en permanence

- Construire des tableaux de pilotage intégrant des indicateurs de performance.
- Adopter une démarche d'optimisation permanente des modalités, en fonction des performances, des évolutions technologiques, et des retours commerciaux : le mode test & learn.

INITIATION

Code : CATMAN

- 12 jours - 84 heures
- Prix HT : 6750 € (repas inclus)

PARCOURS CERTIFIANT

Code : CERTICAT

- 13 jours - 91 heures
- Prix HT : 7830 € (repas inclus)



*Option certifiante

La participation au parcours certifiant permet d'obtenir un Certificat Professionnel FFP (CP FFP)

Responsable Trade Marketing et Category Management attestant de la maîtrise de nouvelles compétences.

- Soutenance d'un mémoire à l'issue du parcours.
- Ce parcours est validé par l'ISQ - OPQF.

Besoin d'aide pour constituer votre dossier de financement ? Contactez-nous !
01 43 72 64 00 • inscription@ism.fr

OBJECTIFS

- Construire et mettre en place une stratégie trade marketing performante.
- Mettre en place des dispositifs catégoriels pertinents et un merchandising efficace.
- Déployer un dispositif d'animation des points de vente.
- Travailler en synergie avec les forces de vente, impliquer et fournir des outils d'aide à la vente opérationnels.
- Repenser l'expérience client en point de vente en s'appuyant sur les outils digitaux.

PRÉREQUIS

Connaissance des fondamentaux de la distribution et de la démarche marketing.

PUBLIC CONCERNÉ

Nouveaux responsables trade marketing et category management ou toute personne souhaitant acquérir des connaissances et compétences lui permettant de développer les ventes à travers les points de vente.

PLANNING

Paris

- 11 - 12 avril 2019
- + 13 au 16 mai 2019
- + 11 au 14 juin 2019
- + 8 - 9 juillet 2019
- + 10 juillet 2019 (option certifiante)
- 20 - 21 juin 2019
- + 16 au 19 juillet 2019
- + 9 au 12 septembre 2019
- + 14 - 15 octobre 2019
- + 16 octobre 2019 (option certifiante)

- 7 - 8 novembre 2019
- + 2 au 5 décembre 2019
- + 13 au 16 janvier 2020
- + 5 - 6 février 2020
- + 7 février 2020 (option certifiante)

Journée de préparation à la certification (1 jour)

Nous vous accompagnons avant, pendant et après la formation

Distanciel

Quiz amont

Présentiel

Journée en présentiel

Distanciel

Communauté en ligne pour échanger avec les autres apprenants
e-évaluation
Classes virtuelles
Modules vidéo

