



CATEGORY MANAGEMENT : CONVAINCRE SHOPPERS ET DISTRIBUTEURS

Gagner en impact chez les distributeurs et développer ses ventes grâce à ses plans catégoriels

FORMATIONS COURTES

INITIATION

Ref. : C19CATEGORY

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1410
€ HT

Comment gérer une catégorie tant du point de vue du fournisseur que de celui du distributeur ?

Ce stage propose des outils et une méthode détaillée afin de piloter des catégories en mesurant clairement les conséquences des orientations prises.

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux du Category Management et ses bénéfices pour les distributeurs et pour les marques
- Connaître les étapes de la méthode et apprendre à les utiliser.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Category managers, responsables commerciaux, responsables grands comptes, responsables marketing et trade marketing, responsable merchandising, category management.

PRÉREQUIS

Aucun.

COMPÉTENCES ACQUISES

Ploter efficacement des catégories.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants
E-quiz amont
Présentiel
E-quiz aval

PROGRAMME

Category Management, s'adapter aux attentes du shopper et des distributeurs

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 ?
Interview de Florence Leveel

Comprendre les enjeux du category management

- Définir le rôle du category management.
- Analyser le contexte et processus de travail des industriels et des distributeurs.
- Créer des interactions pour agir sur les décisions distributeurs.
- Identifier les trois niveaux de pratiques du Category Management et leurs conditions de succès.
- Auto-diagnostic : évaluer sa pratique du Category Management dans son entreprise.





Élaborer sa stratégie de category management

- Définir le périmètre de la catégorie à partir des besoins de consommation..
- Réaliser le diagnostic de la catégorie à 360° et sa matrice SWOT.
- Mener une analyse chiffrée de la catégorie et identifier ses drivers en analysant l'élasticité des leviers (impact de l'assortiment, de la promotion...).
- Décrypter le parcours d'achat pour identifier les sources de croissance et de valorisation de la catégorie.
- Bâtir les axes de votre stratégie catégorielle.
- Construire le plan d'activation par canal pour débloquer la croissance.
- Atelier cas fil rouge : faire le diagnostic d'une catégorie et faire émerger ses axes de croissance.

Décliner la stratégie catégorielle au niveau d'une enseigne

- Faire le diagnostic d'un client et de la performance de sa marque.
- Identifier le rôle de sa catégorie pour le client.
- Décliner sa stratégie client en cohérence avec celle de sa marque.
- Construire son plan d'action annuel.
- Atelier cas fil rouge : faire le diagnostic d'une enseigne et construire son plan d'action catégoriel.

Revendre et exécuter le dispositif catégoriel

- Déterminer le meilleur chemin : organisation du client et identification des interlocuteurs clés pour la vente de son plan.
- Engager le client et développer sa collaboration.
- Définir les KPIs et piloter la mise en œuvre du plan d'action.

INTERVENANTS

Bernard BOURDON
STRAT TO SELL CONSULTING

Rémi MAUGENDRE
MAUGENDRE Rémi

MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

LIEUX ET DATES

À distance

19 et 20 mai 2022
15 et 16 sept. 2022

Paris

10 et 11 mars 2022
11 et 12 juil. 2022
12 et 13 déc. 2022

