

Piloter et animer son magasin

Pour qui ?

Equipes de direction en retail et managers de points de vente.

Objectifs :

- Développer des logiques d'analyse de performance en magasin.
- Suivre, analyser et mettre en place les actions correctrices nécessaires.
- Construire son plan d'action commercial et managérial à partir d'objectifs assumés.
- Manager par objectif ses vendeurs.



© eco / Fotolia

Programme :

1. Analyser son business à partir d'une photographie objective

- Remettre le management au cœur de l'atteinte des résultats économiques
- Apprécier son positionnement face à cette responsabilité économique
- Recenser les indicateurs clefs en rapport avec les objectifs fixés : business et humains
- Évoquer forces, faiblesses et limites des outils

2. Comprendre échecs et succès puis penser action

- Se poser les bonnes questions : réussites, échecs, raisons
- Savoir établir une photographie, un diagnostic
- Proposer des actions correctrices
- Les transformer en actions managériales par objectif

3. Donner de la perspective et véhiculer de l'exigence

- Mettre le projet magasin au centre de la communication avec les vendeurs
- Communiquer résultats et performances en s'appuyant sur les indicateurs pertinents
- Identifier les actions concrètes à mener sur la surface de vente pour performer
- S'appuyer sur des temps forts pour faire passer les messages : brief de début de journée, réunions, etc.

4. Coacher au quotidien pour développer l'efficacité

- Suivre son équipe de vente au fil de la journée
- Adopter le discours managérial adapté (encourageant, ferme, autre)
- Transformer le management « combien » en management « comment »
- Coacher ses vendeurs en tenant compte de l'affluence, de la typologie des clients, des affinités produits, de son niveau en vente, etc.

Les + pédagogiques :

- Travail sur un magasin témoin (indicateurs/ratios, etc.) puis sur son propre magasin.
- Formation dispensée par un professionnel connaissant le monde du retail.
- Mises en situation face à une équipe de vendeurs et entretiens de face-à-face.

Commercial, Marketing et
Distribution