

Notre offre de formations

2026

Produits de grande consommation (PGC)

&

Produits frais en libre-service (PFLS)



**Forma***Passion*

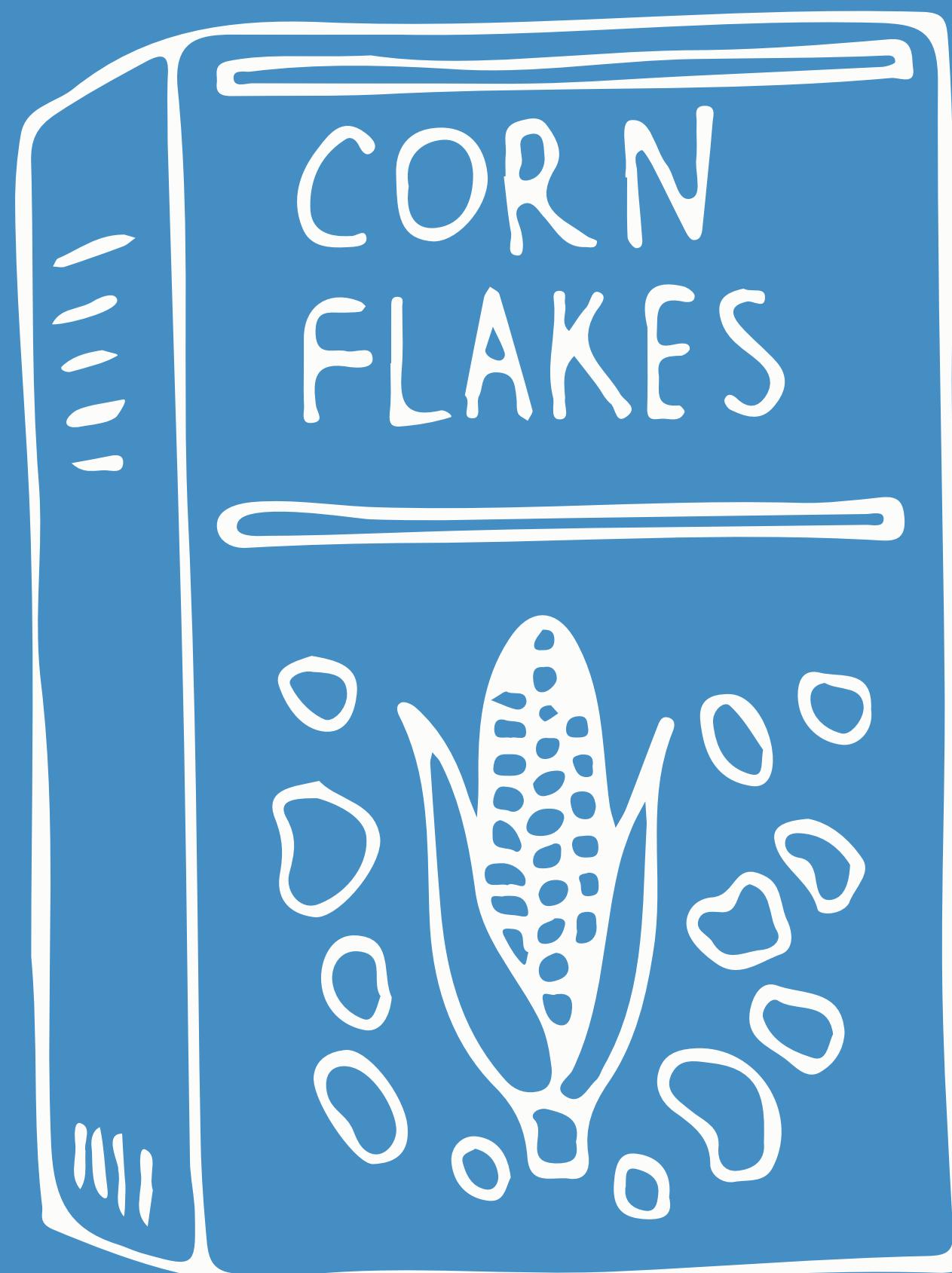


*Par PassionPros*

Former et accompagner par Passion... une idée ?  
plus que ça : une VALEUR !



# LES RAYONS PGC





# DÉCOUVRIR LES GAMMES AUX RAYONS PGC (initiation)



## **Public**

Collaborateur intégrant l'univers PGC (épicerie, liquides, droguerie-parfumerie-hygiène) ou public de demandeur d'emploi souhaitant intégrer les rayons PGC.

## **Prérequis**

Aucun.

## **Durée**

1 jour (7h) par spécialité soit 5 jours au total (35h).  
Possibilité de découper la formation à la journée.

## **Effectif**

6 personnes au minimum / 12 au maximum.

## **Modalité et délais d'accès**

(cf site internet « infos pratiques ») :  
Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



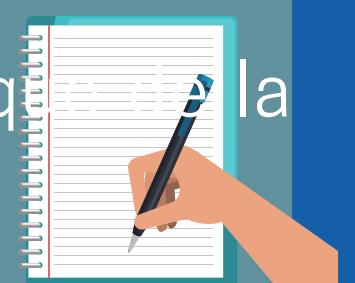


## LES OBJECTIFS

- Découvrir le fonctionnement quotidien des rayons PGC.
- Développer un premier niveau de connaissances des gammes en PGC.
- Acquérir le socle de base de la réglementation au sujet des pancartages et des règles d'hygiène.
- Appliquer le vocabulaire technique des métiers du PGC.

## LES CONTENUS

- Composition et caractéristiques des gammes aux rayons PGC : épicerie, liquides, droguerie-parfumerie-hygiène
- Les principes de tenue commerciale des rayons PGC : les bonnes pratiques de la profession, les moments phares de la journée.
- Notions de base pour orienter et conseiller la clientèle. Jargon technique de la profession.



## LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

QCM, épreuve pratique de reconnaissance de gamme.

## LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

Théorie en salle par un formateur expert métier.  
Application en atelier.

## FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.





# SERVIR ET VENDRE DANS L'UNIVERS PGC (initiation)

## **Public**

Collaborateur intégrant l'univers PGC : épicerie, liquides, droguerie-parfumerie-hygiène

## **Prérequis**

Module "découvrir les gammes en PGC (initiation)"

## **Durée**

1 jour (7h) par spécialité soit 3 jours au total (21h)

## **Effectif**

6 personnes au minimum / 12 au maximum

## **Modalité et délais d'accès**

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



## LES OBJECTIFS



- Appliquer les gestes de la profession.
- Reconnaître les bonnes pratiques métier quant à la gestion des produits et aux soins à leur apporter.
- Mettre en oeuvre une posture professionnelle, être ambassadeur du métier.
- Proposer les gammes de produits et de services auprès de la clientèle par une attitude d'orientation et de conseil.

## LES CONTENUS



- Le guide des bonnes pratiques d'hygiène (GBPH) aux produits frais (niveau II)
- Les gestes de la profession par rayon : savoir-faire spécifique à chaque univers et matériel en lien avec l'activité
- L'accueil et le service client : fidéliser la clientèle par un accueil moderne invitant au retour. Être capable de mettre en avant les atouts services de son commerce auprès de la clientèle

## LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Théorie en salle par un formateur expert métier.  
Application en atelier.

## LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, épreuve pratique de vente conseil.

## FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.



# CONNAÎTRE L'ESSENTIEL DES RAYONS PGC

(REFPGC02)



## Public

Responsable de département.  
Responsable de rayon.  
Adjoint de rayon.

## Prérequis

Aucun.

## Durée

2 jours (14h) .

## Effectif

6 personnes au minimum / 10 au maximum.

## Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques ») :

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.





## LES OBJECTIFS

Permettre l'acquisition des notions, méthodes, principes essentiels, en terme, d'analyse de l'activité, des commandes, d'assortiment de Merchandising, d'organisation, de gestion, afin de pouvoir assurer les missions de responsable et de mettre en place des plans de développement.

### ANALYSER L'ACTIVITE DU RAYON

Situer le rayon par rapport à son potentiel  
Analyser les ratios économiques  
Analyser les critères Merchandising  
Savoir élaborer un tableau de bord  
Savoir utiliser un tableau de bord

### APPLIQUER LES NOUVELLES REGLES COMMERCIALES

Connaître les indicateurs de gestion, le poids des marges  
Savoir effectuer les calculs commerciaux

### FIXER LES OBJECTIFS ET ETABLIR LES PLANS D'ACTIONS

Déterminer les objectifs généraux  
Déterminer les objectifs par activité  
Mettre en place un tableau de bord prévisionnel  
Définition du plan de formation

### CONNAITRE LE CONSOMMATEUR ET LES EVOLUTIONS DU MARCHE

Connaître les marchés et la consommation  
Préparer l'avenir de chaque rayon

### CHOISIR ET GERER UN ASSORTIMENT

Choisir son assortiment  
Maîtriser les commandes

### SAVOIR IMPLANTER LE RAYON

Connaître les principes généraux du merchandising  
Préparer son implantation  
Réaliser son implantation et améliorer le visuel du rayon

## LES CONTENUS

### METTRE EN VALEUR LA POLITIQUE PROMOTIONNELLE DU MAGASIN

Mettre en place la politique promotionnelle des rayons  
Stratégie de choix de promotions  
Planification des mises en avant



### GERER LES STOCKS ET ORGANISER LES RESERVES

Permettre l'acquisition et la maîtrise des prises de commandes rayons  
Déterminer les moyens pour suivre la politique du magasin  
Appliquer la gestion et l'analyse des ventes  
Connaître les moyens pour diminuer ses stocks  
Permettre la maîtrise de l'organisation, de la réception au rayon  
Connaître les principes d'implantation de la réserve en fonction des contraintes, des opérations promotionnelles et de la saisonnalité

### ORGANISER ET GERER SON TEMPS

Identifier les ressorts qui conduisent à une « mauvaise » gestion du temps  
Les contraintes et les marges de manœuvre  
Analyser de manière critique son emploi du temps récent  
Transformer les 10 lois inexorables du temps en atout  
S'engager sur un contrat de changement réaliste

### ORGANISER LE TRAVAIL DE SES EQUIPES

Maîtriser la gestion de l'équipe au quotidien  
Définition de postes et de tâches  
Emploi du temps des équipiers  
La réouverture de 17h

## LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Exposé en salle, apports du formateur, documentation technique,  
Application en salle et en rayon.

## LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

Théorie en salle par un formateur expert métier.  
Application en rayon.

## FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.





# GESTION DES RAYONS PGC

(REFPGC04)

Métiers

## Public

Responsable de département.  
Responsable de rayon.  
Adjoint de rayon.

## Prérequis

Aucun.

## Durée

3 jours (21h) .

## Effectif

6 personnes au minimum / 10 au maximum.

## Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques ») :

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.

CQP

CQP Employé de commerce disponible.



## LES OBJECTIFS



Permettre la connaissance des méthodes, principes et techniques afin de pouvoir analyser ses résultats, améliorer ses marges, effectuer le suivi du tableau de bord et du compte d'exploitation et développer les résultats du rayon.

## LES CONTENUS

ANALYSER L'ACTIVITE DU RAYON

APPLIQUER LES NOUVELLES REGLES COMMERCIALES

CONNAITRE LES RATIOS ET MESURER LES PERFORMANCES

FIXER LES OBJECTIFS ET ETABLIR LES PLANS D'ACTIONS

CHOISIR ET GERE UN ASSORTIMENT

SAVOIR IMPLANTER LE RAYON

METTRE EN VALEUR LA POLITIQUE PROMOTIONNELLE

GERER LES STOCKS ET ORGANISER LES RESERVES

CONNAITRE LA DEMARQUE ET MAITRISER LES RUPTURES

LES PARTICULARITES DES RAYONS :

EPICERIE

LIQUIDE

DROGUERIE - HYGIENE - PARFUMERIE

Connaître les marchés et leur environnement

Connaître les produits et leur segmentation

Connaître les principes de base du merchandising et d'implantation du rayon

Préparer les opérations promotionnelles liées au rayon



C



## LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Exposé en salle, apports du formateur, documentation technique, Application en salle et en rayon.

## LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

Théorie en salle par un formateur expert métier.  
Application en rayon.

## FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.





# SENS DU COMMERCE AUX RAYONS PGC

(REFPGC05)

Métiers

## Public

Responsable de département.  
Responsable de rayon.  
Adjoint de rayon.

## Prérequis

Aucun.

## Durée

3 jours (21h) .

## Effectif

6 personnes au minimum / 10 au maximum.

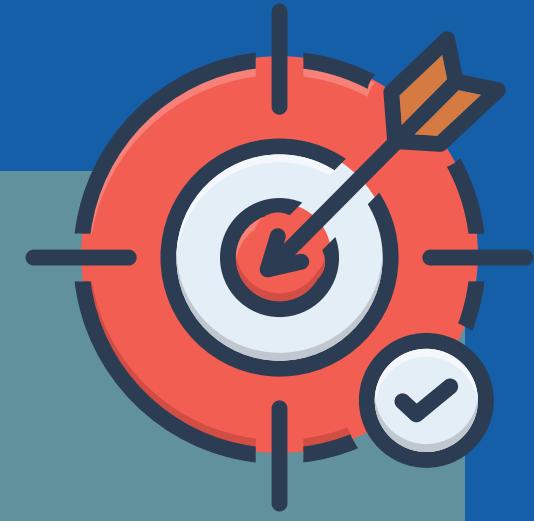
## Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques ») :

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



## LES OBJECTIFS



Permettre l'acquisition et la maîtrise complète des méthodes et des techniques pour développer son sens du commerce, favoriser les ventes additionnelles en promotion et savoir créer et apporter une «image» plus attrayante des rayons.

## LES CONTENUS

### FIXER LES OBJECTIFS ET ETABLIR LES PLANS D'ACTIONS

Déterminer les objectifs

Mettre en place un tableau de bord prévisionnel

Définition du plan de formation

### METTRE EN VALEUR LA POLITIQUE PROMOTIONNELLE DU MAGASIN

Mettre en place la politique promotionnelle des rayons

Stratégie de choix de promotions

Planification des mises en avant

### GERER LES STOCKS ET ORGANISER LES RESERVES

Permettre l'acquisition et la maîtrise des prises de commandes rayons

Déterminer les moyens pour suivre la politique du magasin

Appliquer la gestion et l'analyse des ventes

Connaître les moyens pour diminuer ses stocks

Permettre la maîtrise de l'organisation, de la réception au rayon

Connaître les principes d'implantation de la réserve en fonction des contraintes, des opérations promotionnelles et de la saisonnalité

### CONNAITRE LA DEMARQUE ET MAITRISER LES RUPTURES

Connaître les types de démarque

Connaître les types de ruptures

Savoir identifier les causes

Mettre en place des actions correctives

### ORGANISER ET GERER SON TEMPS

Identifier les ressorts qui conduisent à une « mauvaise » gestion du temps

Les contraintes et les marges de manœuvre

Analyser de manière critique son emploi du temps récent

Transformer les contraintes temporelles en atouts

S'engager sur un contrat de changement réaliste

### ORGANISER LE TRAVAIL DE SES EQUIPES

Maîtriser la gestion de l'équipe au quotidien

Définition de postes et de tâches

Emploi du temps des équipiers

La réouverture de 17h

### BIEN ACCUEILLIR ET CONSEILLER LE CLIENT

Connaître les principes de base de la communication

Pouvoir conseiller les clients

Connaître la typologie des clients

Développer une attitude d'accueil et de disponibilité

Savoir répondre et conseiller le client



## LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Exposé en salle, apports du formateur, documentation technique, Application en salle et en rayon.



## LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

Théorie en salle par un formateur expert métier.

Application en rayon.

## FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.





# LE MERCHANDISING AUX RAYONS PGC



## Public

Responsable de rayon.  
Adjoint de rayon.

## Prérequis

Aucun.

## Durée

2 jours (14h) .

## Effectif

6 personnes au minimum / 10 au maximum.

## Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques ») :  
Renseignements et inscription par mail ou téléphone.





## LES OBJECTIFS

Acquérir la connaissance des méthodes, des techniques et des outils afin de maîtriser les bases du merchandising et ses conséquences sur les approvisionnements, l'assortiment, les implantations, l'organisation du travail et la gestion pour dynamiser les résultats des rayons.

## LES CONTENUS

### CONNAITRE LE CONSOMMATEUR ET LES EVOLUTIONS DU MARCHE

Connaître les marchés et la consommation

Préparer l'avenir de chaque rayon



### CHOISIR ET GERER UN ASSORTIMENT

Choisir son assortiment Maîtriser les commandes

### SAVOIR IMPLANTER LE RAYON

Connaître les principes généraux du merchandising

Préparer son implantation

Réaliser son implantation et améliorer le visuel du rayon

### CONNAÎTRE LE MERCHANTISING SPECIFIQUE A CHAQUE RAYON

Connaître les principes spécifiques du merchandising pour chacun des rayons du PGC

Maîtriser les implantations dédiées par rayon

### METTRE EN VALEUR LA POLITIQUE PROMOTIONNELLE DU MAGASIN

Mettre en place la politique promotionnelle des rayons

Stratégie de choix de promotions

Planification des mises en avant



## LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Exposé en salle, apports du formateur, documentation technique, Application en salle et en rayon.

## LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

Théorie en salle par un formateur expert métier.

Application en rayon.

## FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.



# LES SPÉCIFICITÉS DES RAYONS PGC



## Public

Responsable de rayon.  
Adjoint de rayon.

## Prérequis

Aucun.

## Durée

2 jours (14h) .

## Effectif

6 personnes au minimum / 10 au maximum.

## Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques ») :  
Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



## LES OBJECTIFS



Bien connaître les spécificités des produits et du marché afin de :  
Elaborer un assortiment équilibré  
Présenter les produits de manière à favoriser l'achat d'impulsion  
Favoriser le conseil client  
Rationaliser ses stocks et ses rangements en réserve

## LES CONTENUS



CONNAITRE LE CONSOMMATEUR ET LES EVOLUTIONS DU MARCHE  
Connaître les marchés et la consommation  
Préparer l'avenir de chaque rayon

LES PARTICULARITES DES RAYONS :  
EPICERIE  
LIQUIDE  
DROGUERIE - HYGIENE - PARFUMERIE

CHOISIR ET GERER UN ASSORTIMENT  
Choisir son assortiment  
Maîtriser les commandes

Connaître les marchés et leur environnement  
Connaître les produits et leur segmentation  
Connaître les principes de base du merchandising et d'implantation du rayon  
Préparer les opérations promotionnelles liées au rayon

SAVOIR IMPLANTER LE RAYON  
Connaître les principes généraux du merchandising  
Préparer son implantation  
Réaliser son implantation et améliorer le visuel du rayon

METTRE EN VALEUR LA POLITIQUE PROMOTIONNELLE DU MAGASIN  
Mettre en place la politique promotionnelle des rayons  
Stratégie de choix de promotions  
Planification des mises en avant



## LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Exposé en salle, apports du formateur, documentation technique,  
Application en salle et en rayon.

## LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

Théorie en salle par un formateur expert métier.  
Application en rayon.

## FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

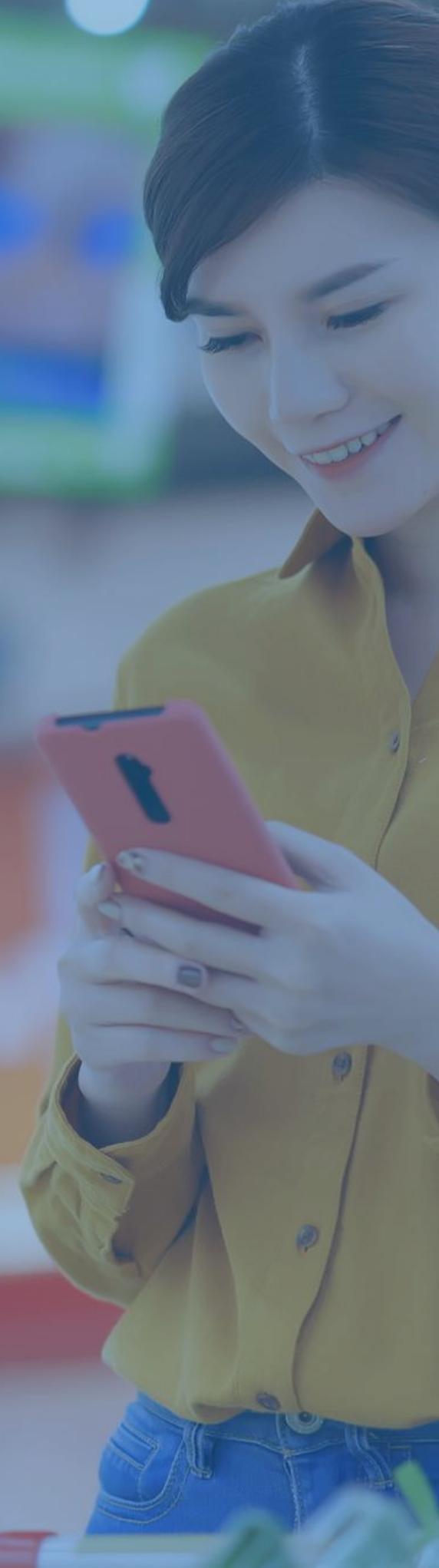
Attestation de formation.



# LES RAYONS FRAIS LS



# DÉCOUVRIR LES GAMMES AUX RAYONS FRAIS LS (initiation)



## **Public**

Collaborateur intégrant l'univers frais LS (charcuterie-traiteur-volaille, crèmerie-fromagerie, surgelés, saurisserie) ou public de demandeur d'emploi souhaitant intégrer les rayons frais LS.

## **Prérequis**

Aucun.

## **Durée**

1 jour (7h) par spécialité soit 4 jours au total (28h).  
Possibilité de découper la formation à la journée.

## **Effectif**

6 personnes au minimum / 12 au maximum.

## **Modalité et délais d'accès**

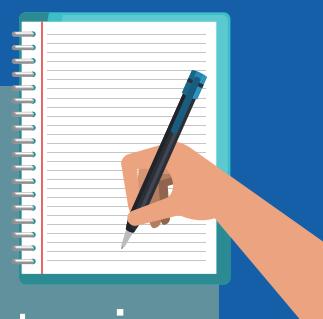
(cf site internet « infos pratiques ») :  
Renseignements et inscription par mail ou téléphone.





## LES OBJECTIFS

- Découvrir le fonctionnement quotidien des rayons frais LS.
- Développer un premier niveau de connaissances des gammes en frais LS.
- Acquérir le socle de base de la réglementation au sujet des pancartages et des règles d'hygiène.
- Appliquer le vocabulaire technique des métiers du frais LS.



## LES CONTENUS

- Composition et caractéristiques des gammes aux rayons frais LS : charcuterie-traiteur-volaille, crèmerie-fromagerie, surgelés, saurisserie
- Les principes de tenue commerciale des rayons frais LS : les bonnes pratiques de la profession, les moments phares de la journée.
- Notions de base pour orienter et conseiller la clientèle. Jargon technique de la profession.
- Le guide des bonnes pratiques d'hygiène (GBPH) aux produits frais (niveau I).



## LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

QCM, épreuve pratique de reconnaissance de gamme.

## LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

Théorie en salle par un formateur expert métier.  
Application en atelier.

## FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.



# SERVIR ET VENDRE DANS L'UNIVERS FRAIS LS (initiation)

Métiers

## **Public**

Collaborateur intégrant l'univers frais LS : charcuterie-traiteur-volaille, crèmerie-fromagerie, surgelés, saurisserie

## **Prérequis**

Module « découvrir les gammes en produits frais LS (initiation) »

## **Durée**

1 jour (7h) par spécialité soit 4 jours au total (28h)

## **Effectif**

6 personnes au minimum / 12 au maximum

## **Modalité et délais d'accès**

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



## LES OBJECTIFS



- Appliquer les gestes de la profession quant aux règles d'hygiène.
- Reconnaître les bonnes pratiques métier quant à la gestion des produits et aux soins à leur apporter (chaîne du froid, rotation, dates de péremption...).
- Mettre en oeuvre une posture professionnelle, être ambassadeur du métier.
- Proposer les gammes de produits et de services auprès de la clientèle par une attitude d'orientation et de conseil.

## LES CONTENUS



- Le guide des bonnes pratiques d'hygiène (GBPH) aux produits frais (niveau II)
- Les gestes de la profession par rayon : savoir-faire spécifique à chaque univers et matériel en lien avec l'activité
- L'accueil et le service client : fidéliser la clientèle par un accueil moderne invitant au retour. Être capable de mettre en avant les atouts services de son commerce auprès de la clientèle

## LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Théorie en salle par un formateur expert métier.  
Application en atelier.

## LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, épreuve pratique de vente conseil.

## FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.



# CONNAÎTRE L'ESSENTIEL DES RAYONS FRAIS LS

(REFLS02)

## Public

Responsable de département.  
Responsable de rayon.  
Adjoint de rayon.

## Prérequis

Aucun.

## Durée

2 jours (14h) .

## Effectif

6 personnes au minimum / 10 au maximum.

## Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques ») :

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.





## LES OBJECTIFS

Permettre l'acquisition des notions, méthodes, principes essentiels, en terme, d'analyse de l'activité, des commandes, d'assortiment de Merchandising, d'organisation, de gestion, afin de pouvoir assurer les missions de responsable et de mettre en place des plans de développement.

### ANALYSER L'ACTIVITE DU RAYON

- Situer le rayon par rapport à son potentiel
- Analyser les ratios économiques
- Analyser les critères Merchandising
- Savoir élaborer un tableau de bord
- Savoir utiliser un tableau de bord

### APPLIQUER LES NOUVELLES REGLES COMMERCIALES

- Connaître les indicateurs de gestion, le poids des marges
- Savoir effectuer les calculs commerciaux

### FIXER LES OBJECTIFS ET ETABLIR LES PLANS D'ACTIONS

- Déterminer les objectifs généraux
- Déterminer les objectifs par activité
- Mettre en place un tableau de bord prévisionnel
- Définition du plan de formation

### CONNAITRE LE CONSOMMATEUR ET LES EVOLUTIONS DU MARCHE

- Connaître les marchés et la consommation
- Préparer l'avenir de chaque rayon

### CHOISIR ET GERER UN ASSORTIMENT

- Choisir son assortiment
- Maîtriser les commandes

### SAVOIR IMPLANTER LE RAYON

- Connaître les principes généraux du merchandising
- Préparer son implantation
- Réaliser son implantation et améliorer le visuel du rayon

## LES CONTENUS

### METTRE EN VALEUR LA POLITIQUE PROMOTIONNELLE DU MAGASIN

- Mettre en place la politique promotionnelle des rayons
- Stratégie de choix de promotions
- Planification des mises en avant



### GERER LES STOCKS ET ORGANISER LES RESERVES

- Permettre l'acquisition et la maîtrise des prises de commandes rayons
- Déterminer les moyens pour suivre la politique du magasin
- Appliquer la gestion et l'analyse des ventes
- Connaître les moyens pour diminuer ses stocks
- Permettre la maîtrise de l'organisation, de la réception au rayon
- Connaître les principes d'implantation de la réserve en fonction des contraintes, des opérations promotionnelles et de la saisonnalité

### ORGANISER ET GERER SON TEMPS

- Identifier les ressorts qui conduisent à une « mauvaise » gestion du temps
- Les contraintes et les marges de manœuvre
- Analyser de manière critique son emploi du temps récent
- Transformer les 10 lois inexorables du temps en atout
- S'engager sur un contrat de changement réaliste

### ORGANISER LE TRAVAIL DE SES EQUIPES

- Maîtriser la gestion de l'équipe au quotidien
- Définition de postes et de tâches
- Emploi du temps des équipiers
- La réouverture de 17h

## LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Exposé en salle, apports du formateur, documentation technique, Application en salle et en rayon.

## LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

Théorie en salle par un formateur expert métier.  
Application en rayon.

## FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.



# GESTION DES RAYONS FRAIS LS

(REFLS04)



## Public

Responsable de département.  
Responsable de rayon.  
Adjoint de rayon.

## Prérequis

Aucun.

## Durée

3 jours (21h).

## Effectif

6 personnes au minimum / 10 au maximum.

## Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques ») :

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



CQP Employé de commerce disponible.





## LES OBJECTIFS

Permettre la connaissance des méthodes, principes et techniques afin de pouvoir analyser ses résultats, améliorer ses marges, effectuer le suivi du tableau de bord et du compte d'exploitation et développer les résultats du rayon.

## LES CONTENUS

ANALYSER L'ACTIVITE DU RAYON

APPLIQUER LES NOUVELLES REGLES COMMERCIALES

CONNAITRE LES RATIOS ET MESURER LES PERFORMANCES

FIXER LES OBJECTIFS ET ETABLIR LES PLANS D'ACTIONS

CHOISIR ET GERE UN ASSORTIMENT

SAVOIR IMPLANTER LE RAYON

METTRE EN VALEUR LA POLITIQUE PROMOTIONNELLE

GERER LES STOCKS ET ORGANISER LES CHAMBRES FROIDES

CONNAITRE LA DEMARQUE ET MAITRISER LES RUPTURES

LES PARTICULARITES DES RAYONS LS :  
CHARCUTERIE TRAITEUR ET VOLAILLE LS  
CREMERIE ET FROMAGERIE  
SURGELES  
SAURISSEURIE

Connaître les marchés et leur environnement  
Connaître les produits et leur segmentation  
Connaître les principes de base du merchandising et d'implantation du rayon  
Préparer les opérations promotionnelles liées au rayon



C



## LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Exposé en salle, apports du formateur, documentation technique,  
Application en salle et en rayon.

## LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

Théorie en salle par un formateur expert métier.  
Application en rayon.

## FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.





# SENS DU COMMERCE AUX RAYONS FRAIS LS

(REFPGC05)



## Public

Responsable de département.  
Responsable de rayon.  
Adjoint de rayon.

## Prérequis

Aucun.

## Durée

3 jours (21h) .

## Effectif

6 personnes au minimum / 10 au maximum.

## Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques ») :

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



## LES OBJECTIFS



Permettre l'acquisition et la maîtrise complète des méthodes et des techniques pour développer son sens du commerce, favoriser les ventes additionnelles en promotion et savoir créer et apporter une «image» plus attrayante des rayons.

## LES CONTENUS

### FIXER LES OBJECTIFS ET ETABLIR LES PLANS D'ACTIONS

Déterminer les objectifs

Mettre en place un tableau de bord prévisionnel

Définition du plan de formation

### METTRE EN VALEUR LA POLITIQUE PROMOTIONNELLE DU MAGASIN

Mettre en place la politique promotionnelle des rayons

Stratégie de choix de promotions

Planification des mises en avant

### GERER LES STOCKS ET ORGANISER LES CHAMBRES FROIDES

Permettre l'acquisition et la maîtrise des prises de commandes rayons

Déterminer les moyens pour suivre la politique du magasin

Appliquer la gestion et l'analyse des ventes

Connaître les moyens pour diminuer ses stocks

Permettre la maîtrise de l'organisation, de la réception au rayon

Connaître les principes d'implantation de la réserve en fonction des contraintes, des opérations promotionnelles et de la saisonnalité

### CONNAITRE LA DEMARQUE ET MAITRISER LES RUPTURES

Connaître les types de démarque

Connaître les types de ruptures

Savoir identifier les causes

Mettre en place des actions correctives

### ORGANISER ET GERER SON TEMPS

Identifier les ressorts qui conduisent à une « mauvaise » gestion du temps

Les contraintes et les marges de manœuvre

Analyser de manière critique son emploi du temps récent

Transformer les contraintes temporelles en atouts

S'engager sur un contrat de changement réaliste

### ORGANISER LE TRAVAIL DE SES EQUIPES

Maîtriser la gestion de l'équipe au quotidien

Définition de postes et de tâches

Emploi du temps des équipiers

La réouverture de 17h

### BIEN ACCUEILLIR ET CONSEILLER LE CLIENT

Connaître les principes de base de la communication

Pouvoir conseiller les clients

Connaître la typologie des clients

Développer une attitude d'accueil et de disponibilité

Savoir répondre et conseiller le client



## LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Exposé en salle, apports du formateur, documentation technique, Application en salle et en rayon.

## LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

Théorie en salle par un formateur expert métier.

Application en rayon.

## FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.



# LE MERCHANDISING AUX RAYONS FRAIS LS

Métiers

## Public

Responsable de rayon.  
Adjoint de rayon.

## Prérequis

Aucun.

## Durée

2 jours (14h) .

## Effectif

6 personnes au minimum / 10 au maximum.

## Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques ») :  
Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



## LES OBJECTIFS

Acquérir la connaissance des méthodes, des techniques et des outils afin de maîtriser les bases du merchandising et ses conséquences sur les approvisionnements, l'assortiment, les implantations, l'organisation du travail et la gestion pour dynamiser les résultats des rayons.

## LES CONTENUS

### CONNAITRE LE CONSOMMATEUR ET LES EVOLUTIONS DU MARCHE

Connaître les marchés et la consommation

Préparer l'avenir de chaque rayon



### CHOISIR ET GERER UN ASSORTIMENT

Choisir son assortiment Maîtriser les commandes

### SAVOIR IMPLANTER LE RAYON

Connaître les principes généraux du merchandising

Préparer son implantation

Réaliser son implantation et améliorer le visuel du rayon

### CONNAÎTRE LE MERCHANTISING SPECIFIQUE A CHAQUE RAYON

Connaître les principes spécifiques du merchandising pour chacun des rayons frais LS

Maîtriser les implantations dédiées par rayon

### METTRE EN VALEUR LA POLITIQUE PROMOTIONNELLE DU MAGASIN

Mettre en place la politique promotionnelle des rayons

Stratégie de choix de promotions

Planification des mises en avant



## LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Exposé en salle, apports du formateur, documentation technique, Application en salle et en rayon.

## LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

Théorie en salle par un formateur expert métier.

Application en rayon.

## FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.



# LES SPÉCIFICITÉS DES RAYONS FRAIS LS

## Public

Responsable de rayon.  
Adjoint de rayon.

## Prérequis

Aucun.

## Durée

2 jours (14h) .

## Effectif

6 personnes au minimum / 10 au maximum.

## Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques ») :  
Renseignements et inscription par mail ou téléphone.

## LES OBJECTIFS



Bien connaître les spécificités des produits et du marché afin de :  
Elaborer un assortiment équilibré  
Présenter les produits de manière à favoriser l'achat d'impulsion  
Favoriser le conseil client  
Rationaliser ses stocks et ses rangements en réserve

## LES CONTENUS



CONNAITRE LE CONSOMMATEUR ET LES EVOLUTIONS DU MARCHE  
Connaître les marchés et la consommation  
Préparer l'avenir de chaque rayon

LES PARTICULARITES DES RAYONS LS :  
CHARCUTERIE TRAITEUR ET VOLAILLE  
CREMERIE ET FROMAGERIE  
SURGELES  
SAURISSEURIE

CHOISIR ET GERER UN ASSORTIMENT  
Choisir son assortiment  
Maîtriser les commandes

Connaître les marchés et leur environnement  
Connaître les produits et leur segmentation  
Connaître les principes de base du merchandising et d'implantation du rayon  
Préparer les opérations promotionnelles liées au rayon

SAVOIR IMPLANTER LE RAYON  
Connaître les principes généraux du merchandising  
Préparer son implantation  
Réaliser son implantation et améliorer le visuel du rayon

METTRE EN VALEUR LA POLITIQUE PROMOTIONNELLE DU MAGASIN  
Mettre en place la politique promotionnelle des rayons  
Stratégie de choix de promotions  
Planification des mises en avant



## LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Exposé en salle, apports du formateur, documentation technique,  
Application en salle et en rayon.

## LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

Théorie en salle par un formateur expert métier.  
Application en rayon.

## FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.

# FormaPassion par PassionPros

Siège social :

**4 place Gensoul 69002 LYON**

04 82 82 94 29

Courriel : [accueil@formapassion.eu](mailto:accueil@formapassion.eu)

N° Siret : 831 162 698 000 52 (R.C.S de Lyon)

APE : 8559A

NDA : 82420271642



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre

des catégories d'action suivantes :

- ACTIONS DE FORMATION
- ACTIONS PERMETTANT DE FAIRE VALIDER  
LES ACQUIS DE L'EXPÉRIENCE
- ACTIONS DE FORMATION PAR APPRENTISSAGE

Délivrée par

