

# RÉFÉRENCIEMENT EN GRANDE DISTRIBUTION



**COMPRENDRE** LES MÉCANISMES D'ACHATS DES CONSOMMATEURS DE FRUITS ET LÉGUMES EN GRANDE DISTRIBUTION

**MIEUX CONNAÎTRE** LES ENSEIGNES DE LA DISTRIBUTION FRANÇAISE ET LEURS CONCEPTS FRUITS ET LÉGUMES

**IDENTIFIER** LES DIFFÉRENTS TYPES D'INTERLOCUTEURS ET LEURS ATTENTES

**ADAPTER** SES TECHNIQUES COMMERCIALES AUX ÉVOLUTIONS DE LA DISTRIBUTION

FORMATION  
À LA DEMANDE :

2 journées

## TECHNIQUES COMMERCIALES



### Public :

- Commerciaux ou responsables commerciaux des entreprises de production, d'expédition et du stade de gros.

▸ **Prérequis :** avoir les compétences liées aux fonctions citées ou les avoir exercées.

### Animateur et lieu de la formation :

Centre Ctifl de Carquefou (Nantes) :  
Arnaud Magnon

### Pédagogie :

- Travaux en groupes, présentations, analyses de points de vente.

### Contact Formation :

Brigitte Bessez  
Tel : 01 47 70 70 56  
e-mail : bessez@ctifl.fr



EN COMPLÉMENT DE CETTE FORMATION : UN SUIVI PERSONNALISÉ PAR L'ASSISTANCE TECHNIQUE

### RENSEIGNEMENTS ASSISTANCE TECHNIQUE :

Brigitte Bessez  
Tel : 01 47 70 70 56  
e-mail : bessez@ctifl.fr

## OBJECTIFS DE FORMATION

Connaître les positionnements, la part de marché et l'organisation des enseignes majeures de la Grande Distribution. Comprendre et identifier les besoins en produits et services de ce circuit de distribution. Cibler les clients les plus adaptés à sa structure, et faire évoluer sa politique commerciale vers des politiques clients dédiés.

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES ET CONTENU

- 1 - Connaître les comportements et tendances de consommation**
  - Analyse du marché
  - Tendances de consommation des fruits et légumes
  - Les innovations dans la distribution
  - Attentes des consommateurs de fruits et légumes
- 2 - Connaître la typologie et l'évolution de la distribution française**
  - Concentration et positionnement des enseignes
  - Part de marché et potentiel des forces en présence
  - Politique fruits et légumes des enseignes : objectifs et organisation
  - Les différents concepts de point de vente
  - La segmentation produit/client de la distribution
- 3 - Application Pratique : décrypter le point de vente et l'offre F&L d'un magasin**
  - Visite en magasin
  - Audit du rayon
  - Les informations essentielles à retenir lors d'un passage en magasin
- 4 - Cibler ses potentiels clients**
  - Quelles enseignes pour chaque type d'entreprise
  - Adéquation avec l'offre produit et l'organisation
- 5 - Identifier les interlocuteurs et leurs attentes**
  - Les acheteurs
  - Les category managers
  - Les directeurs de magasin
  - Les managers de rayon
- 6 - Savoir préparer et organiser la négociation**
  - Etre bien préparé pour bien vendre
  - Savoir saisir et provoquer les opportunités
  - Assurer le suivi clients
  - Evaluer les résultats

LA FORMATION INTRA-ENTREPRISE : UNE OFFRE MODULABLE ET ADAPTABLE  
L'ensemble des formations proposées par le Ctifl sont adaptables en termes de durée, d'objectifs de formation et de méthodes pédagogiques aux besoins spécifiques de votre entreprise.

La formation intra-entreprise fait alors l'objet d'une étude personnalisée en fonction de votre stratégie et de votre organisation pour répondre à vos besoins spécifiques.

RENSEIGNEMENTS FORMATIONS INTRA-ENTREPRISE :  
Muriel Apostoly - Tel : 01 47 70 94 36 - e-mail : apostoly@ctifl.fr

Adaptez cette formation aux besoins spécifiques de votre entreprise

