

# Formation La gestion économique d'un point de vente ou d'un rayon

**Commerçant Commercial / Vente Comptabilité / Gestion / Finance**

Référence de la formation : **C404**

Villes : **Strasbourg, Mulhouse**

Au travers du programme ci-dessous, le stagiaire sera capable, à l'issue de la formation de :

- Mesurer les performances économiques du point de vente/du rayon
- Mettre en place un plan d'action pour améliorer les performances économiques



**En présentiel ou Accessible  
à distance**

Durée : **2 jours (14 heures)**

Tarif Inter : **980 € net**

[Tarif intra sur demande](#)

Mise à jour le 19 décembre 2025

## Objectifs de la formation

- Mesurer les performances économiques du point de vente/du rayon
- Mettre en place un plan d'action pour améliorer les performances économiques

## A qui s'adresse la formation ?

### Public

- Toute personne amenée à piloter une équipe en point de vente

### Pré-requis

- Aucun

Dirigeant, responsable commercial,  
responsable de secteur, responsable de  
rayon

## Les points forts de la formation ?

- Formation animée par un professionnel de la vente et de la relation commerciale
- Formation en petit groupe

## Programme de la formation

### 1. Maitriser les indicateurs économiques d'un point de vente ou d'un rayon

- Comprendre les différences entre chiffre d'affaires, marge et bénéfice.
- Calculer le CA HT, le CA TTC
- Calculer un prix HT, un prix TTC et la TVA.
- Calculer la marge et le taux de marque
- Calculer le coefficient multiplicateur
- Connaître le poids de chaque famille de produit dans la construction du chiffre d'affaires et de la marge.
- Mesurer les indicateurs clients : La fréquentation, les visiteurs, le taux de transformation et le panier moyen
- Aborder les notions de bénéfice

### 2. Gérer efficacement l'approvisionnement

- Connaître les lois de Pareto et ABC pour gérer plus efficacement son stock
- Gérer les produits d'appels
- Mesurer le coût de détention d'un stock
- Calculer et suivre les taux de rotation de stock pour anticiper les commandes en incluant les délais de livraison -  
Eviter les ruptures en magasin
- Mettre en place une politique pour minorer la démarque connue et la démarque inconnue

### 3. La politique de prix

- Définir une politique de prix
- Mettre en place les promotions et mesurer leur impact sur la marge
- Maîtriser le panier moyen, transformation

### 4. Le merchandising

- Le merchandising au service de la rentabilité : concept de base et analyse d'une implantation type
- Choisir l'allocation des espaces

### 5. Piloter le compte d'exploitation d'un point de vente / d'un rayon

- Réaliser l'analyse d'exploitation de son point de vente ou de son rayon
- Maîtriser le calcul des principaux ratios utile
- Se servir du pilotage pour améliorer ses ventes et sa marge.

## Modalités de la formation

### Modalités pédagogiques

Apports théoriques et applications concrètes Exemples et échanges  
Application et mise en œuvre

### Organisation

Formation en présentiel  
INTER et INTRA  
Minimum 3 participants / Maximum 10 participants

### Évaluation des connaissances

L'intervenant vérifie régulièrement au cours de la formation le degré d'atteinte des objectifs pédagogiques à travers des exercices d'application, des simulations ou des études de cas

### Validation de la formation

Attestation d'évaluation des acquis  
Attestation de suivi de formation

### Livrables

Support de formation  
Plan d'action personnel

## Chiffres clés

**93 %**

de recommandation en 2024

**90.5 %**

de satisfaction en 2024

**7266**

nombre de stagiaires en 2024