

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
à distance**

Accessible

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. Maîtriser 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 utiles
- 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