



# MISE EN PLACE D'OFFRES PROMOTIONNELLES POUR UN COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE

1J

- PRÉSENTIEL -



## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les principes fondamentaux des offres promotionnelles pour un commerce alimentaire.
- Identifier les meilleures stratégies promotionnelles adaptées à son point de vente.
- Apprendre à concevoir, mettre en œuvre et analyser une campagne promotionnelle.
- Savoir mesurer l'efficacité des offres promotionnelles pour optimiser leur impact.



## PUBLIC CIBLÉ

- Commerçants
- Responsables
- Vendeurs dans le secteur alimentaire (boulangeries, primeurs, épicerie fines, fromageries, etc.) souhaitant développer des stratégies promotionnelles efficaces.



## PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire pour participer à cette formation.



### DURÉE

7 heures (1 jour)



### HORAIRES DES SESSIONS

À définir



### LIEU DE FORMATION

Sur site client



### PRIX (HT)

À partir de 1890 € /jour



## CONTENU DU PROGRAMME

---

### **1. INTRODUCTION AUX OFFRES PROMOTIONNELLES (1H)**

- Définition et importance des promotions dans le commerce alimentaire.
- Les différents types d'offres promotionnelles : rabais, lots, cartes de fidélité, etc.
- Avantages et risques des promotions mal ciblées.

**Atelier :**

Analyse d'exemples d'offres promotionnelles réussies et ratées.

---

### **2. IDENTIFIER LES BESOINS ET OPPORTUNITÉS PROMOTIONNELLES (2H)**

- Analyse des attentes et comportements des clients alimentaires.
- Identifier les périodes clés et les produits adaptés aux promotions.
- Créer des promotions en fonction des objectifs (écouler des stocks, attirer de nouveaux clients, etc.).

**Atelier pratique :**

Élaboration d'un plan promotionnel basé sur les spécificités de son point de vente.

---

### **3. MISE EN ŒUVRE D'UNE CAMPAGNE PROMOTIONNELLE (2H)**

- Étapes pour concevoir une campagne promotionnelle : définition de l'objectif, choix du canal de communication, planification.
- L'importance de la présentation en magasin : signalétique, agencement, packaging.
- Utiliser les réseaux sociaux et autres outils digitaux pour promouvoir ses offres.

**Atelier :**

Simulation de mise en place d'une offre promotionnelle en magasin.

---

### **4. ÉVALUER L'IMPACT DES PROMOTIONS (1H 30)**

- Suivi des indicateurs de performance clés (ventes, panier moyen, fréquentation).
- Techniques pour ajuster les promotions en temps réel.
- Appliquer les enseignements pour les campagnes futures.

**Atelier :**

Analyse de données fictives pour évaluer l'efficacité d'une promotion.



## **5. SYNTHÈSE ET ÉVALUATION (30 MIN)**

- Résumé des points clés abordés au cours de la journée.
- QCM pour évaluer les acquis.
- Remise d'une attestation de participation

## **MOYENS PÉDAGOGIQUES**

---

- Supports techniques et fiches pratiques.
- Études de cas basées sur des campagnes réelles.
- Exercices pratiques et simulations adaptées au secteur alimentaire.

## **MODALITÉ DE FORMATION**

---

- Présentiel.

## **MODALITÉS D'ÉVALUATION DES CONNAISSANCES**

---

- Observation continue lors des ateliers pratiques.
- QCM avant et après la formation pour évaluer la progression.

## **MODALITÉS D'ÉVALUATION DE L'APPRÉCIATION DES PARTICIPANTS**

---

- Attestation de participation délivrée à la fin de la formation.
- Questionnaire de satisfaction remis en fin de session.

-> Ce programme de formation est volontairement généraliste. Un audit sera effectué par le formateur afin de fixer les dates et horaires de la formation et de construire un programme «sur mesure» adapté à vos besoins spécifiques. Ce plan de cours «sur mesure» permettra également d'établir la liste des éventuels achats à effectuer et du matériel qui sera nécessaire au bon déroulement de la formation.

*NOTE : Si vous, ou l'un(e) de vos salarié(e)s, est une personne en situation de handicap, merci de contacter notre référent handicap, Mr Rudy Cohen à l'adresse mail : referenthandicap@kalyane.com*

