



Distributeurs et Grossistes : Comprendre leurs enjeux et agir efficacement avec eux

*" Le mapping des distributeurs
m'a permis de mieux comprendre cet univers. "*

La cible

Responsables grands comptes, comptes-clés,
responsables marketing et chefs de produits.

- Modalités de distribution,
- Freins et moteurs au référencement en général,
- Freins et moteurs à la revente en général.

Intervention d'un distributeur
et déjeuner en sa compagnie.

Le programme

Le panorama du marché de la distribution en CHF.

- Les marchés de la CHF et les distributeurs : chiffres clés, concentration par segments, organisation de la chaîne...
- Les possibilités de distribution en CHF : direct/prestataire/cash/grossiste spécialiste ou généraliste.
- Description des différents métiers de la distribution : process et contraintes.
- Les offres et les spécificités de chaque métier de distribution.
- Les enjeux de chaque métier sur la revente.
- Zoom sur quelques acteurs et sur l'actualité de la distribution.

Cas d'introduction d'une gamme innovante de produits multi cibles auprès de différents distributeurs.

Travaux en sous-groupes autour de 3 métiers distributeurs :

1. Cash.
2. Grossiste généraliste.
3. Grossiste spécialiste d'une température.

Étude du cas :

(45 mn de préparation,
45 mn de restitution, d'échanges et de synthèse)

ETAPE 1 : Travail de groupe

« Se mettre à la place du dirigeant de centre de profits. »

Pour chaque métier, évaluer les enjeux du distributeur dans ses différents aspects :

- Référencement achats,
- Modalités d'approvisionnement,

ETAPE 1 : Restitution

- Restitution des travaux de groupes.
- Échanges sur le cas.

ETAPE 2 : Étude de cas

« Optimiser la revente de ses produits chez les distributeurs. »

- Quels leviers activer chez chaque type de distributeur ?
- Comment assurer la montée en diffusion numérique ?
- Comment construire sa politique promotionnelle (catalogues promos, promos vendeurs, promos clients utilisateurs...) ?
- Comment activer les ventes dans la durée ?

ETAPE 3 : Restitution

- Restitution des travaux de groupes.
- Échanges sur le cas.

Synthèse générale :

Enseignements pratiques pour les fonctions marketing et commerciales.

Séance d'évaluation du contenu, de la pédagogie et des acquis de la formation.

Durée de la formation

1 journée.

Coût de la formation

Tarif membre : 630 €HT - 753,48 €TTC
Tarif non membre : 940 €HT - 1.124,24 €TTC