



**CATALOGO
CORSI DI FORMAZIONE
PER LA
DISTRIBUZIONE
COMMERCIALE**

INDICE	
AREA COMMERCIALE E GESTIONALE	
• Lo scenario e gli sviluppi della GD in Italia e in Europa	pag. 2
• Le leve commerciali della distribuzione commerciale	pag. 3
• Tecniche e strumenti di visual merchandising	pag. 4
• Dispersioni: numeri, cause, controlli, interventi. Il ruolo della direzione di punto vendita	pag. 5
AREA RELAZIONALE	
• Il ruolo di Responsabile di punto vendita	pag. 6
• Gestione dei collaboratori	pag. 7
• Comunicazione e servizio per personale front-line	pag. 9
• Orientamento al cliente in cassa	pag. 10
• Tecniche di vendita	pag. 11
AREA INFORMATICA	
• Il punto vendita "Excel-lente": l'utilizzo di Excel nella conduzione economica del punto vendita	pag. 12

Area Commerciale e Gestionale

LO SCENARIO E GLI SVILUPPI DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE IN ITALIA E IN EUROPA

Durata del corso:
 2 giorni

PROGRAMMA DEL CORSO:

I CAMBIAMENTI NEI CONSUMI E I NUOVI CONSUMATORI:

- Analisi del sistema competitivo nei canali distributivi e i nuovi scenari
- Saturazione di alcuni mercati
- Demassificazione dei consumi
- Cambiamenti demografici
- Riduzione della store loyalty
- Aumento della domanda di valore
- Aumento della domanda di servizio

LE STRATEGIE E LE INNOVAZIONI:

- Le innovazioni nel format
- Il ruolo del merchandising
- La valorizzazione del marchio

OBIETTIVI:	CHI NON PUO' MANCARE:
Fornire una conoscenza più approfondita di com'è strutturato il mercato della Grande Distribuzione in Italia e in Europa per riflettere e conoscere le innovazioni e gli sviluppi dei concorrenti e delle aziende leader del settore.	Responsabili di punti vendita Responsabili vendita e sviluppo commerciale

Area Commerciale e Gestionale

**LE LEVE COMMERCIALI DELLA
 DISTRIBUZIONE COMMERCIALE**

Durata del corso:
 1 giorno

PROGRAMMA DEL CORSO:

L'ANALISI INTERNA ED ESTERNA:

- Aumentare la produttività presso la catena distributiva esistente: la mappatura della propria clientela distributiva
- Analisi della concorrenza ed il posizionamento della marca nella rete distributiva
- Valutazione dei punti di forza e di debolezza nelle variabili del retail

GESTIRE LE VARIBILI COMPETITIVE:

- L'orientamento strategico al mercato
- Su quali canali operare
- Brand loyalty e store loyalty
- La valorizzazione dell'insegna come marca

LE DECISIONI OPERATIVE:

- La definizione dell'assortimento
- La decisione di prezzo
- Il merchandising
- Struttura e organizzazione di vendita
- La comunicazione

<i>OBIETTIVI:</i>	<i>CHI NON PUO' MANCARE:</i>
Acquisire le competenze necessarie per attuare un'accurata analisi del mercato di riferimento e successivamente essere in grado di impostare un'adeguata strategia d'azione.	Direttori Commerciali Responsabili Vendite di catene distributive Responsabili Marketing Responsabili di reti distributive

Area Commerciale e Gestionale

**TECNICHE E STRUMENTI DI VISUAL
 MERCHANDISING**

Durata del corso:
 2 giorni

PROGRAMMA DEL CORSO:

IL MARKETING E IL RUOLO DEL VISUAL MERCHANDISING:

- Il visual e il suo campo d'azione
- Interrelazione con funzioni e ruoli aziendali

MERCEOLOGIA E I NUOVI TREND DI ACQUISTO

- I comportamenti e le motivazioni dei consumatori oggi
- Brand e shopping experience
- La marca e l'insegna
- Le promozioni

LO SPAZIO ESPOSITIVO

- Il lay out
- L'ottimizzazione degli spazi
- La classificazione delle merci

LE TECNICHE ESPOSITIVE

- Il display
- Tecniche di allestimento
- Le promozioni

OBIETTIVI:	CHI NON PUO' MANCARE:
Saper elaborare progetti visual integrandoli e adattandoli alle caratteristiche della propria azienda, del settore merceologico e alle politiche commerciali. Saper valorizzare l'offerta dei prodotti dei punti vendita attraverso l'acquisizione di tecniche e strumenti di comunicazione visiva	Responsabili punti vendita Responsabili marketing Coordinatori di punti vendita

Area Commerciale e Gestionale

**DISPERSIONI: NUMERI, CAUSE, CONTROLLI,
 INTERVENTI.
 Il ruolo della Direzione di punto vendita.**

Durata del corso:
 1 giorno

PROGRAMMA DEL CORSO:

LE DISPERSIONI: CHE COSA SONO

- Definizione di dispersioni
- Le dispersioni conosciute e sconosciute
- I numeri: quanto incidono nel conto economico dei reparti e del punto vendita
- Le possibili cause: tipologia

LE SCELTE DI ASSORTIMENTO E LE DISPERSIONI

I PUNTI CRITICI DI CONTROLLO

- Il ricevimento
- Le riserve e le lavorazioni
- L'area di vendita
- Gli ordini e gli stock

COME CONTROLLARE LE DISPERSIONI

- Definiamo il ruolo del Direttore e dei Capi Reparto
- Come sensibilizzare il personale di punto vendita
- Il fenomeno del taccheggio: quale atteggiamento adottare

OBIETTIVI:	CHI NON PUO' MANCARE:
Definire le responsabilità del gruppo di regia del punto vendita nel controllo e contenimento delle dispersioni, attraverso una riflessione guidata sul loro ruolo e sulle loro esperienze.	Direttori di supermercati/superette Capi Reparto di supermercato Capi Settore/area Capi Reparto di iper

Area Relazionale

IL RUOLO DI RESPONSABILE DI PUNTO VENDITA

Durata del corso:
2 giorni

PROGRAMMA DEL CORSO:

IL RUOLO DEL RESPONSABILE DI PUNTO VENDITA:

- Le competenze manageriali
- La leadership
- Gli stili della leadership: il modello di Lewin, Lippit e White
- La gestione delle relazioni interpersonali

LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE:

- La delega
- I colloqui
- La riunione
- La comunicazione assertiva

IL RUOLO DEL SUPERMERCATO ALL'INTERNO DEL SISTEMA: STRATEGIE E CONTESTI DI RIFERIMENTO

- Il mercato della GDO
- La creazione di valore
- I nuovi formati: lay-out; zonizzazioni; mestieri; assortimenti
- L'immagine del supermercato: ambientazione; visual merchandising; il sistema di comunicazione interno

LA FIDELIZZAZIONE DEI CLIENTI:

- L'evoluzione del consumatore
- L'analisi del mercato della distribuzione
- La strategicità della fidelizzazione del cliente: il ruolo del servizio

OBIETTIVI:	CHI NON PUO' MANCARE:
Acquisire competenze riguardo aspetti gestionali. Sperimentare le proprie abilità relazionali e comunicative per motivare il gruppo dei collaboratori	Responsabili di reparto Coordinatori di punti vendita

LA GESTIONE DEI COLLABORATORI

Durata del corso:
2 giorni

PROGRAMMA DEL CORSO:

ACCOGLIMENTO-ADDESTRAMENTO:

- L'accoglimento dei neoassunti
- Come preparare un accoglimento
- Cosa è importante durante un accoglimento
- La stesura e la realizzazione di un piano di accoglimento
- La formazione

L'ASSEGNAZIONE DEL LAVORO:

- Due stili diversi per l'assegnazione
- Analisi di casi ed esercitazioni

MOTIVAZIONE:

- Che cos'è e da cosa dipende la motivazione individuale
- Teoria della motivazione di Maslow
- Il modello di Herzberg
- Motivazione al lavoro e aspettative
- La delega come strumento per creare motivazione
- La fase 4 di Hersey e Blanchard

INTERVENTI DI RINFORZO:

- Dare riconoscimenti: quali, quando e in che modo
- I collaboratori difficili
- Due diversi stili
- Un modello di intervento correttivo
- Esempi e analisi di casi

VALUTAZIONE:

- Tipi di valutazione: del personale, del potenziale, delle prestazioni
- L'uso della scheda di valutazione: esempio
- Alcuni consigli
- Errori da evitare
- Gli effetti della valutazione: per il valutato, il valutatore e l'azienda

VALUTAZIONE DEL POTENZIALE:

- La prestazione e il potenziale
- Cosa significa valutazione del potenziale
- Strumenti per la valutazione
- La prestazione e il potenziale: alcuni incroci possibili

COLLOQUI DI FEEDBACK SULLA VALUTAZIONE:

- La gestione del colloquio
- Come comunicare l'esito positivo o negativo di una prova
- Alcuni consigli pratici
- La gestione delle obiezioni
- Le relazioni difficili
- Analisi di casi

<i>OBIETTIVI:</i>	<i>CHI NON PUO' MANCARE:</i>
Approfondire le tecniche e le modalità che si possono metter in campo per gestire in modo efficace i propri collaboratori puntando sulla motivazione e il coinvolgimento attivo	Capi reparto Coordinatori di punti vendita

COMUNICAZIONE E SERVIZIO PER PERSONALE FRONT-LINE

Durata del corso:
 2 giorni

PROGRAMMA DEL CORSO:

IL SERVIZIO AL CLIENTE:

- Motivazioni di acquisto nel punto di vendita abituale
- Le tre dimensioni del servizio
- Produttore e distributore: quali obiettivi di vendita?
- Come cambia la professionalità di chi lavora in un supermercato
- Quale ruolo per la distribuzione commerciale?
- Come il cliente giudica il servizio
- Cosa influisce sulla qualità della relazione
- Cortesia e problem solving

COMUNICAZIONE INTERPERSONALE:

- Che cos'è la comunicazione interpersonale?
- Quanti ingredienti in una mossa
- Si può essere solo in due?
- Comunicazione = azione in due

VENDITA ASSISTITA:

- La relazione con i clienti: la fase di apertura, la prosecuzione e la chiusura
- Gli errori da evitare
- La vendita attiva

LA GESTIONE DEI RECLAMI:

- Tipi di reclami
- Istruzioni per l'uso
- Un modello per la gestione dei reclami

<i>OBIETTIVI:</i>	<i>CHI NON PUO' MANCARE:</i>
Sperimentare e acquisire nuove modalità di relazione per gestire e fidelizzare la clientela	Tutto il personale coinvolto nel rapporto diretto con i clienti Addetti alle casse

Area Relazionale

ORIENTAMENTO AL CLIENTE IN CASSA

Durata del corso:
 1 giorno

PROGRAMMA DEL CORSO:

IL RUOLO DELLA CASSIERA:

- L'importanza della barriera casse
- Il concetto di servizio: l'importanza del servizio alla clientela
- La fidelizzazione del cliente al punto vendita

LE FASI DELLA COMUNICAZIONE:

- l'accoglienza del cliente
- Come comunicare totale, resto
- la fase di chiusura

LA GESTIONE DEI RECLAMI:

- Il cliente che protesta
- Alcuni casi

<i>OBIETTIVI:</i>	<i>CHI NON PUO' MANCARE:</i>
Accogliere e gestire efficacemente le relazioni con i clienti durante la sosta alla cassa, gestire le lamentele e i reclami	Addetti alle casse

TECNICHE DI VENDITA

Durata del corso:
2 giorni

PROGRAMMA DEL CORSO:

IL "NUOVO CONSUMATORE" E L'EVOLUZIONE DELLA DISTRIBUZIONE

- I cambiamenti nelle motivazioni, nei processi e nei comportamento d'acquisto
- Che cosa fidelizza il consumatore alla marca e all'insegna
- Cosa può portare all'insoddisfazione

VENDITA E SERVIZIO

- principi della qualità del servizio
- l'immagine della marca e dell'insegna
- il servizio e la fidelizzazione del cliente
- i servizi post vendita

COMUNICAZIONE E RELAZIONE

- l'ascolto attivo
- la comunicazione verbale e non verbale

LE FASI DELLA VENDITA

- L'accoglienza del cliente
- Saper analizzare i bisogni del cliente
- Saper proporre alternative, argomentare la scelta dei prodotti
- La fase di conclusione

OBIETTIVI:	CHI NON PUO' MANCARE:
Comprendere meglio i reali bisogni del cliente per ottenere la sua fiducia e fedeltà, saper argomentare e orientare il cliente nella scelta dei prodotti, apprendere metodi e strategie per rendere più efficace il processo di vendita	Responsabili di negozio Addetti alla vendita

Area Informatica

**IL PUNTO VENDITA "EXCEL-LENTE":
 L'UTILIZZO DI EXCEL NELLA CONDUZIONE
 ECONOMICA DEL PUNTO VENDITA**

Durata del corso:
 2 giorni

PROGRAMMA DEL CORSO:

LE PRINCIPALI FUNZIONI DI EXCEL

- Come inserire le formule
- Come lavorare con i filtri sui data base
- Come organizzarsi un data base di fornitori
- Descrivere e prevedere trend con Excel

ELABORAZIONI IN EXCEL SUL CONTO ECONOMICO

- L'evidenza delle linee: come tradurre i valori in grafici
- Costruzione in aula di esempi concreti

OBIETTIVI:	CHI NON PUO' MANCARE:
Trasmettere, utilizzando esempi concreti, una conoscenza di Excel finalizzata alla gestione di un punto vendita e di supporto alla presa di decisioni di natura commerciale.	Responsabili di negozio Capi Area commerciali Ispettori di zona Responsabili sviluppo vendite



DOVE SIAMO:

**Viale Monza, 12 – 20127 Milano
(MM1-MM2 Loreto)**



CONTATTI:

Dott.ssa Akiko Orimoto – tel. 02.2610058
e-mail: info@ceref.net (specificare nell'oggetto CORSI GDO)
sito: www.ceref.net