

La négociation et responsable des achats

Public concerné

Futurs responsables de marques
-futurs responsables achats en
pharmacie d'officine

Intervenant

Laurence Ledreney-Grosjean,
Fondatrice et dirigeante de la
société Paraphie conseil et formation
des équipes officinales
(depuis 2002).

- Expert en stratégie
de développement des pharmacies
d'officine
- Certifiée institut français
de gestion, dpme : direction des
petites et moyennes entreprises
- Auteur de l'ouvrage
« *abc du conseil dermocosmétique
en pharmacie* », éditions
du moniteur des pharmacies (2012)
- Auteur de l'ouvrage « *le conseil
dermocosmétique en pharmacie* »,
éditions du moniteur des pharmacies
(2018)
- Certifiée « *méthode de
management arc en ciel* »

Dates et lieux

Se référer au site internet

*Possibilité de déplacement
dans votre région sur demande,
n'hésitez pas de nous contacter.*

Modalités

Durée : 14 heures sur 2 jours

Horaires : 9h30-12h30
puis 13h30-17h30

Tarifs :

Frais d'inscription 75€ HT
Frais pédagogiques 420€ HT
Frais de journée d'étude 100€ HT*
Soit un total de 495€ HT
Possibilité de prise en charge
par votre OPCO
**uniquement pour les formations
en présentiel 50 € H. T. (60 € T.T.C.)
par jour de formation*

Matériel :

livret de formation remis
à chaque stagiaire.

Modalités d'évaluation

Test général des 2 jours
d'intervention

Questionnaire :

- 40 questions
- 20 questions pour chaque jour
de formation
- ½ point par bonne réponse



Société dirigée par sa fondatrice
Laurence Ledreney-Grosjean depuis 2002



PARAPHIE
CONSEIL ET FORMATION
EN OFFICINE



La négociation des achats est devenu une véritable fonction stratégique de l'entreprise « pharmacie ». Les objectifs de cette formation sont :

- Aborder le rôle du manager des achats dans sa globalité Afin qu'il puisse appliquer lui-même ou déléguer, tout ou partie de certaines fonctions du processus « achat/vente ».
- Mise en évidence des bases nécessaires au négociateur officinale
- Connaissance des différents enjeux des officinaux.

Jour 1 : Les bases du management des achats

Connaissance de l'environnement

- Les acteurs de l'officine
- Les circuits d'approvisionnement
- Evolution de la fonction achat

Connaissance du marché de l'officine

- L'économie de l'officine
- Connaissance des typologies de pharmacies

Suivre la stratégie commerciale

- Suivre la stratégie commerciale
- Elaborer le planning marketing annuel

Notions comptable

- La marge
- Le taux de marge
- Cas pratiques
- À quoi sert la marge ?

Optimiser la fonction d'achat

L'étude des différentes négociations

Du sell in au sell out

Rôle des différents acteurs

Jour 2 : De la préparation de la commande au sell out

Préparation de la commande

- État des lieux (stocks, périmés, tester)
- Analyse des chiffres
- Cas pratiques
- Gestion des stocks

Réception du fournisseur

- Modalités de réception
- Analyse des propositions
- Négociations
- La relation B to B
- Cas pratiques

Réception de la commande

- Vérification de la commande
- Le classement des produits
- Le classement des aides à la vente

Merchandising linéaires

- Implantation des nouveautés
- Respect du plan de merchandising et adaptation

- Promotions et têtes de gondoles
- Propreté et éthique
- Le rôle du Responsable Merchandising

Implication des équipes

- Présentation des nouveautés
- Concours
- Formations

Organisation des animations du point de vente

- Plan annuel
- Organisation des animations
- Les animatrices de laboratoires
- Les animations auto gérées
- Cas pratique : Mise en place, Le coût, Retour sur investissements

Sell out

- Suivi des écoulements
- Analyse des freins
- Évolution des marques

