

CONTRÔLE DE GESTION RETAIL ET CONSUMER GOODS


2 jours

COMPRENDRE POUR AGIR

PROGRAMME DE LA FORMATION

COMPRENDRE LES SPÉCIFICITÉS DU MODÈLE ÉCONOMIQUE RETAIL

- > Typologies de réseaux : succursales, affiliés, e-commerce, store-to-web, omnicanal
 - > Politiques de marge, le pricing, le sell-through, la promotion, les soldes et outlets, les mécanismes de fidélisation
 - > Périmètres analytiques : marques, régions, canaux, enseignes, famille de produits
- Illustration : architecture analytique Retail (produits / marques / canaux)
- Quiz : à votre avis... que mesure la marge contributive ?

LIRE ET EXPLOITER LE COMPTE DE RÉSULTAT RETAIL ET CONSUMER GOODS

- > Lecture du P&L : du chiffre d'affaires brut net au résultat opérationnel, les écarts au budget et l'évolution vs année précédente, notion de fall-through
 - > Mécanismes de remises, promotions, retours produits, buyback
 - > Incidence des remises sur l'analyse des points de marge
 - > Analyse des postes : coûts opérationnels, coûts support, marketing & ventes
- Étude de P&L illustré : structure de coûts et cascade de marges
- Cas pratique : comparer plusieurs comptes de résultat
- Quiz : à votre avis... que signifie un taux de markdown élevé ?

PILOTER LA PERFORMANCE COMMERCIALE DANS UN RÉSEAU

- > Volume, prix, mix : savoir analyser l'évolution des ventes et de la Marge Brute
 - > Cycle de vie d'un magasin, implantation, ouverture, fermeture, rénovation, relocalisation
 - > Indicateurs de performance clés : taux d'achat, panier moyen, like-for-like, sell-in / sell-out
 - > Plans d'action commerciaux et analyse du portefeuille produit
 - > Planification des ventes et optimisation des marges dans les activités saisonnières (Open-to-buy et Newsvendor model)
- Cas pratique : décomposer une variance de MB entre budget et réel sur un portefeuille multi-produits
- À votre avis... quelle est l'évolution du CA des magasins en like-for-like ?

OPTIMISER LES PRIX DE VENTE ET MESURER LA RENTABILITÉ DES ACTIONS PROMOTIONNELLES

- > Fixation des prix, mark-up initial vs maintained mark-up, utilisations du point-mort
 - > Élasticité prix et impact d'un changement de prix sur les volumes et les marges, recherche d'optimisation des marges
 - > Rentabilité des opérations marketing, focus sur le marketing digital, KPIs associés
 - > Notion de ROI promo, uplift volume, cannibalisation, post-promo dip
 - > Modélisation dans Excel
- Cas pratique : calculez le ROI d'une promotion sur une gamme cosmétique
- Simulation : tester l'impact d'un changement de prix avec différentes hypothèses d'élasticité
- Quiz : À votre avis... quel est le CA après une variation de prix et une variation de volume ?

OBJECTIFS

Analyser les fondamentaux d'un business model retail et Consumer goods ainsi que les leviers de la performance associés.

Mesurer la performance, l'efficacité et la rentabilité d'un point de vente, d'un réseau et d'un canal.

Mettre en pratique les techniques de modélisation et de simulation financière de l'activité.

LES PLUS DE CETTE FORMATION

Une approche concrète et ciblée sur le secteur du retail, pour identifier les indicateurs clés et les leviers de performance propres à votre environnement

La définition d'axes d'amélioration adaptés à l'organisation et à la culture de votre entreprise

Des mises en situation illustrant le rôle du contrôleur de gestion à chaque étape du pilotage

Un dispositif de développement individuel, avec une auto-évaluation et l'élaboration d'un plan d'action personnel en fin de formation

PUBLIC ET PRÉREQUIS

Contrôleurs de gestion, directeurs du contrôle de gestion, managers non financiers, responsables financiers, consolidation et comptables

Aucun niveau de connaissance préalable n'est requis

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES, ENCADREMENT

Après : quiz d'auto-évaluation Pendant la session : alternance de développements théoriques et d'illustrations tirées de cas réels. Les rôles et responsabilités du contrôleur de gestion sont illustrés à chaque étape avec des mises en situation. De nombreux cas pratiques avec des modèles Excel fournis permettent de valider l'acquisition des compétences au fur et à mesure de la formation. Auto-évaluation et plan d'action personnel. Après : l'animateur est disponible pour répondre à toute question relevant de la formation.

SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d'émargement et attestation de fin de formation

Évaluation à chaud et à froid

PROCHAINES SESSIONS

Paris Montparnasse :
les 23 et 24 mars 2026
les 1 et 2 septembre 2026

A définir :
les 1 et 2 septembre 2025

Sessions en régions :
www.gereso.com/FHCOGR



Titre

Référence

Dates

Lieu

Options proposées pour certaines formations :

- Accès e-ressources pendant un an (remise de 40% sur le prix public)
- Veille juridique pendant un an (remise de 70% sur le prix public)
- Expertise décisionnelle d'une heure (remise de 30% sur le prix public)

Merci de préciser votre choix :

☐ Accès e-ressources* ☐ Veille juridique* ☐ Expertise décisionnelle

Indiquez le tarif total (Formation + option(s) choisie(s))

[illegible]

☐ Mme ☐ M. Nom Prénom
 Service/Fonction
 Tél. (ligne directe) E-mail