



Améliorer la politique d'achat des offres promotionnelles

Descriptif de l'action	Complexité de mise en œuvre	Potentiel de réduction du GA	Rentabilité
<p>Pour assurer une politique d'offres promotionnelles qui génère le moins possible de GA il convient d' :</p> <ul style="list-style-type: none"> Analyser les historiques de vente sur les promotions Commander en fonction des historiques de vente et des analyses Réajuster pendant la campagne de promotion 	Difficile	++	+

Retour d'expérience :

L'amélioration de la politique d'achat des offres promotionnelles a été mise en place dans un magasin sensible au gaspillage et dont la stratégie commerciale consistait à commander suffisamment de promotions pour ne pas en manquer. « Nous avons souhaité optimiser notre politique achat en analysant plus finement nos historiques et réajustons les commandes pendant la campagne de promotion. », explique un directeur.

Chiffres clés :

100% des promotions analysées

Les offres promotionnelles représentent une part importante de l'activité. Toutes les analyser contribue à améliorer la politique d'achat en mettant en œuvre des solutions adaptées pour assurer la réduction à la source des produits invendus.

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION



Modalités de mise en œuvre :

La promotion fait partie intégrante de la grande distribution. L'enjeu de l'action est d'analyser plus finement la corrélation entre le gaspillage alimentaire et les offres promotionnelles.

Afin de réduire à la source les pertes associées aux promotions invendues, il est nécessaire d'optimiser la politique d'achats avec des promotions mieux dimensionnées aux attentes des clients et plus flexibles.

Pour cela, l'historique des promotions précédentes sont systématiquement analysées et intégrées dans le système informatique. A chaque nouvelle promotion des enseignements en sont tirés pour la prochaine commande. Pendant la campagne, il est envisagé d'ajuster les volumes commandés dès lors qu'une promotion fonctionne plus ou moins bien.



Points de vigilance :

Il faut veiller à ce que les chefs de rayons soient formés et que les procédures détaillant les bonnes pratiques soient mises en place. La montée en compétence des chefs de rayon et l'intégration de ces bonnes pratiques contribuent à réduire les promotions invendues.

Il est impératif de garder de la flexibilité lors de la campagne de promotion pour réajuster les prochaines commandes.



Ressources utiles :

- Un système de gestion des offres promotionnelles
- [Calculer votre coût complet du GA](#)
- Les magasins qui l'ont fait ! **7**

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION