

# DIPLÔME D'UNIVERSITÉ

## MANAGER UN RÉSEAU DE DISTRIBUTION



**Durée  
du programme**

1 année



**Lieu.x  
de formation**

Caen



**Crédit  
ECTS**

Cette formation se fait en partenariat avec Procos, Fédération professionnelle représentative du commerce spécialisé, Procos représente 260 enseignes qui couvre toutes les activités, tous les formats de magasins et tous les types de développement.

L'objectif général de cette formation est de pouvoir maîtriser les bases de l'économie, de la gestion et du management des réseaux de distribution mais aussi d'analyser comment les nouvelles réalités de la société de consommation à l'ère de la plateformes du commerce et des enjeux environnementaux vont impacter la profession. La formation trace un fil rouge allant des fonctions historiques du commerce aux formes les plus contemporaines du commerce phygital qui fait une place inédite aux plateformes marchandes et aux réseaux sociaux et qui ouvre aussi sur l'internet des objets, la mobilité et les enjeux de l'intelligence artificielle.

### ► Objectifs de la formation

Cette formation va permettre :

- Une analyse panoramique des différentes stratégies susceptibles d'être mise en œuvre par un distributeur.
- Une compréhension fine des facteurs à l'origine des évolutions des comportements de consommation
- L'étude des comportements des acheteurs et des mutations en cours en particulier sur l'axe RSE
- La capacité à piloter les nouvelles stratégies hybridant les canaux physiques et digitaux

### ► Compétences acquises

- Être capable de maîtriser les fondamentaux du commerce et de la consommation
- Savoir manager et négocier dans le contexte des métiers de la distribution
- Maîtriser la géo marketing, le CRM et le data mining dans les réseaux de distribution
- Savoir manager un réseau de distribution
- Être capable d'implanter et développer une politique RSE dans les réseaux
- Être capable de diagnostiquer les forces et les faiblesses du réseau de points de vente, analyser efficacement les enjeux du champ concurrentiel et proposer des axes stratégiques et opérationnels adéquates
- Savoir négocier avec les parties prenantes au développement du réseau (collectivités, bailleurs, agences et prestataires, représentants du personnel, fournisseurs, master-franchisés, ...)
- Être capable d'élaborer un tableau de bord quantitatif de la performance des magasins, segmenter la clientèle existante et potentielle, identifier des actions opérationnelles de captation et de fidélisation de clientèle
- Savoir manager le réseau de points de vente intégrés comme associés et assurer une homogénéité du positionnement et des actions commerciales quels que soient l'implantation, le format de magasin et le canal (physique et digital)

- Être capable d'identifier en continu les contraintes légales en matière de RSE propres aux réseaux de points de vente, identifier des mesures en la matière tant au niveau des points de vente que de la politique de produits, de ressources humaines et de communication de l'enseigne

## ► Principaux enseignements

Bloc 1 - Maîtriser les fondamentaux du commerce et de la consommation

- Accueil + introduction au programme + grand témoin
- Histoire du commerce et de la consommation
- Les fondamentaux économiques et stratégiques du commerce
- Le comportement de l'acheteur
- Le mémoire de DU et un grand témoin

Bloc 2 - Manager et négocier

- Les principes d'un management efficace (1)
- Les principes d'un management efficace (2)
- La négociation
- La gestion des ressources humaines dans les réseaux
- Le mémoire de DU et un grand témoin

Bloc 3 - Maîtriser le géo marketing, le CRM et le data mining dans les réseaux de distribution

- Les principes du géo-marketing du commerce + cas Symaps
- CRM
- Le contrôle de gestion d'un réseau de distribution
- e-Marketing et social listening
- Politique de prix et un grand témoin

Bloc 4 - Manager un réseau de distribution 1

- Les différentes formes de réseaux
- La politique d'implantation
- Le store design
- La category management et le merchandising
- Le mémoire de DU et un grand témoin

Bloc 5 - Manager un réseau de distribution 2

- Le marketing expérientiel du point de vente
- La politique cross-canal du réseau
- Le droit des réseaux
- Ethnomarketing du commerce (1)
- Ethnomarketing du commerce (2)

Bloc 6 - Implanter et développer une politique RSE dans les réseaux

- Comportement des consommateurs
- Stratégie de la distribution
- Stratégie de la distribution
- État des réglementations RSE pour la distribution
- Le mémoire de DU et un grand témoin

## ► Admission • inscription

### CONDITIONS D'ACCÈS

Exercer comme professionnel de la distribution sur des missions de management intermédiaire.

### PROCÉDURE D'INSCRIPTION : CANDIDATURE

Inscription par la plateforme ecandidat

► **Contact**

Université de Caen Normandie IAE · École universitaire de Management 3-19 rue Claude Bloch · CS 25160 · 14075 Caen Cedex 5

<https://www.iae.unicaen.fr>