

Proposition de valeur ECR

Xavier HUA – Délégué Général

Novembre 2015

La proposition de valeur ECR

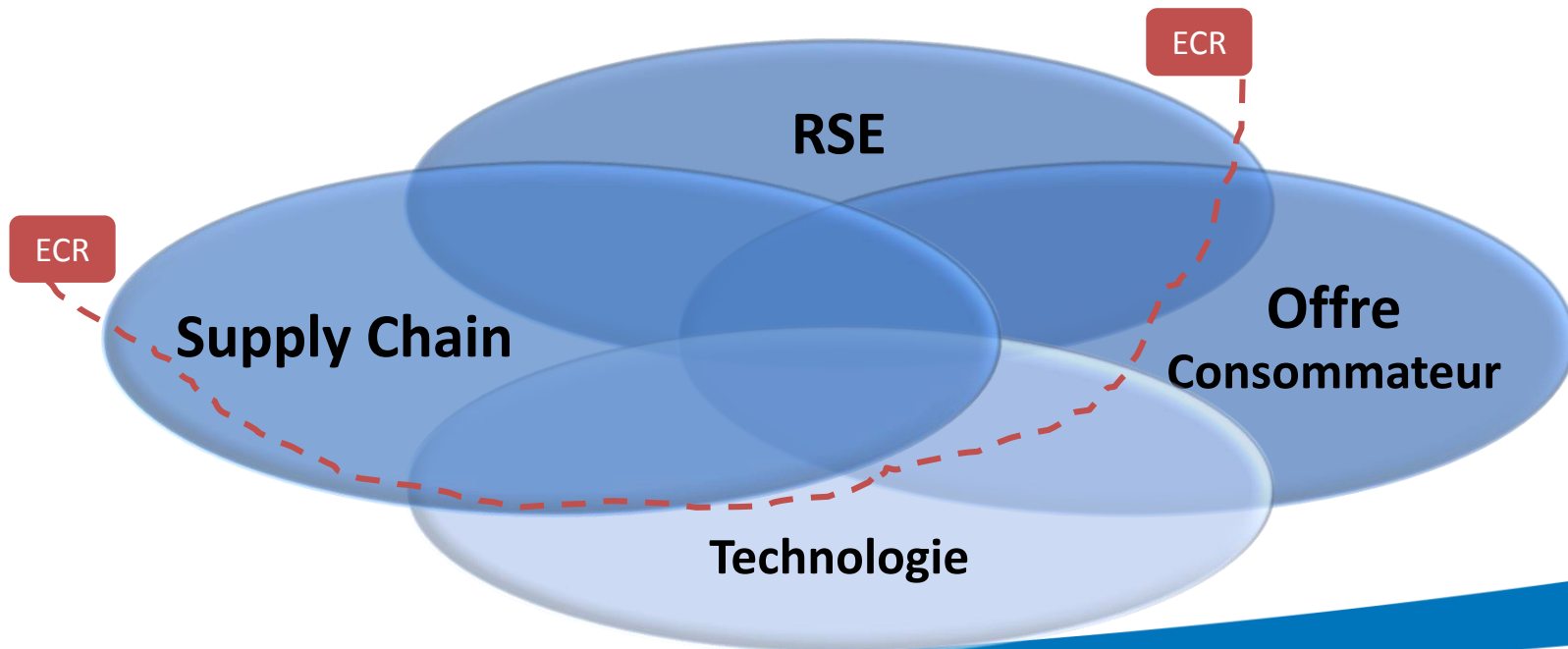
Rôle et domaines d'activité

Mission

- Faire travailler ensemble industriels et distributeurs pour mieux répondre aux attentes des consommateurs

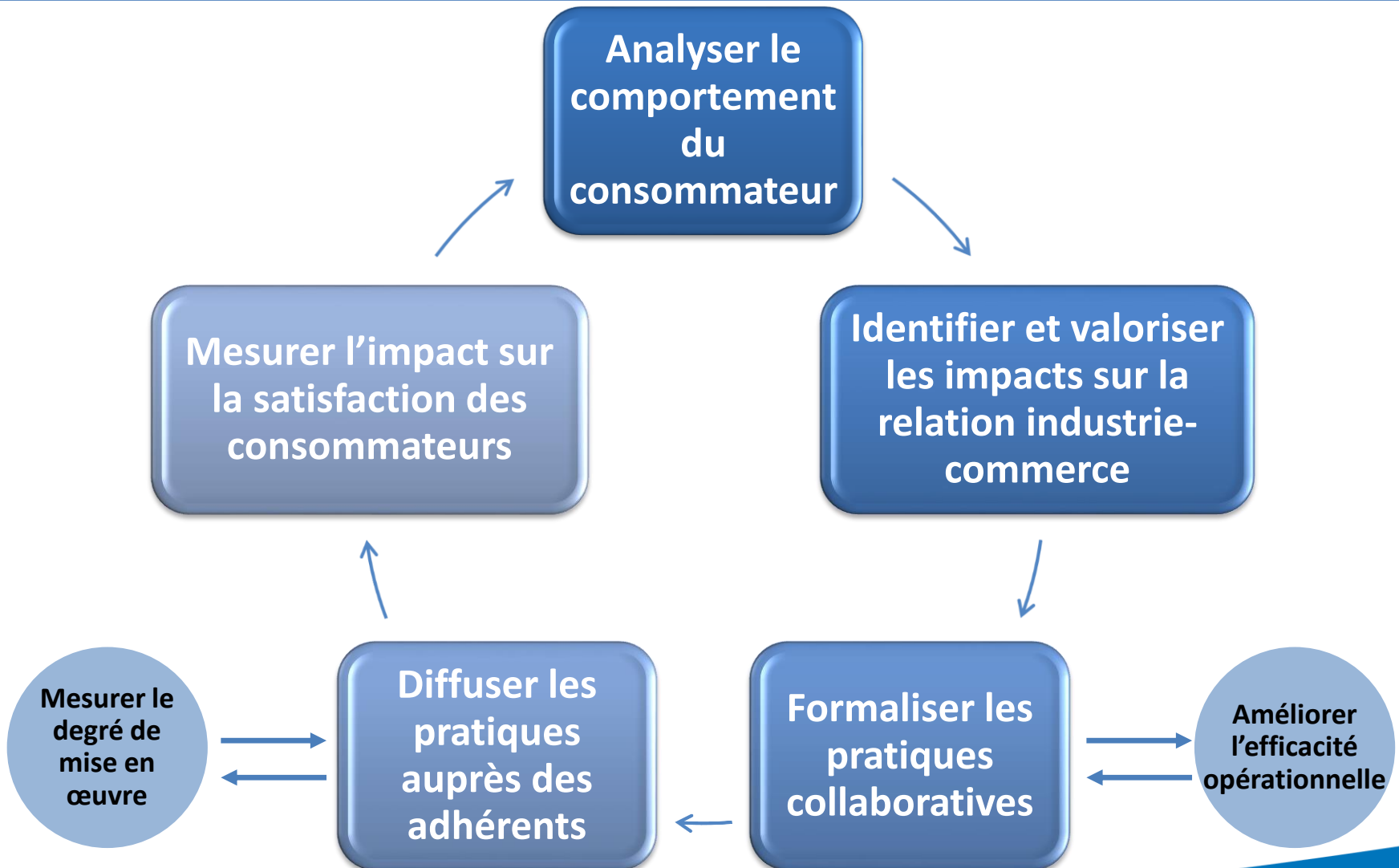
Objectif

- Amener le produit de façon efficace au consommateur



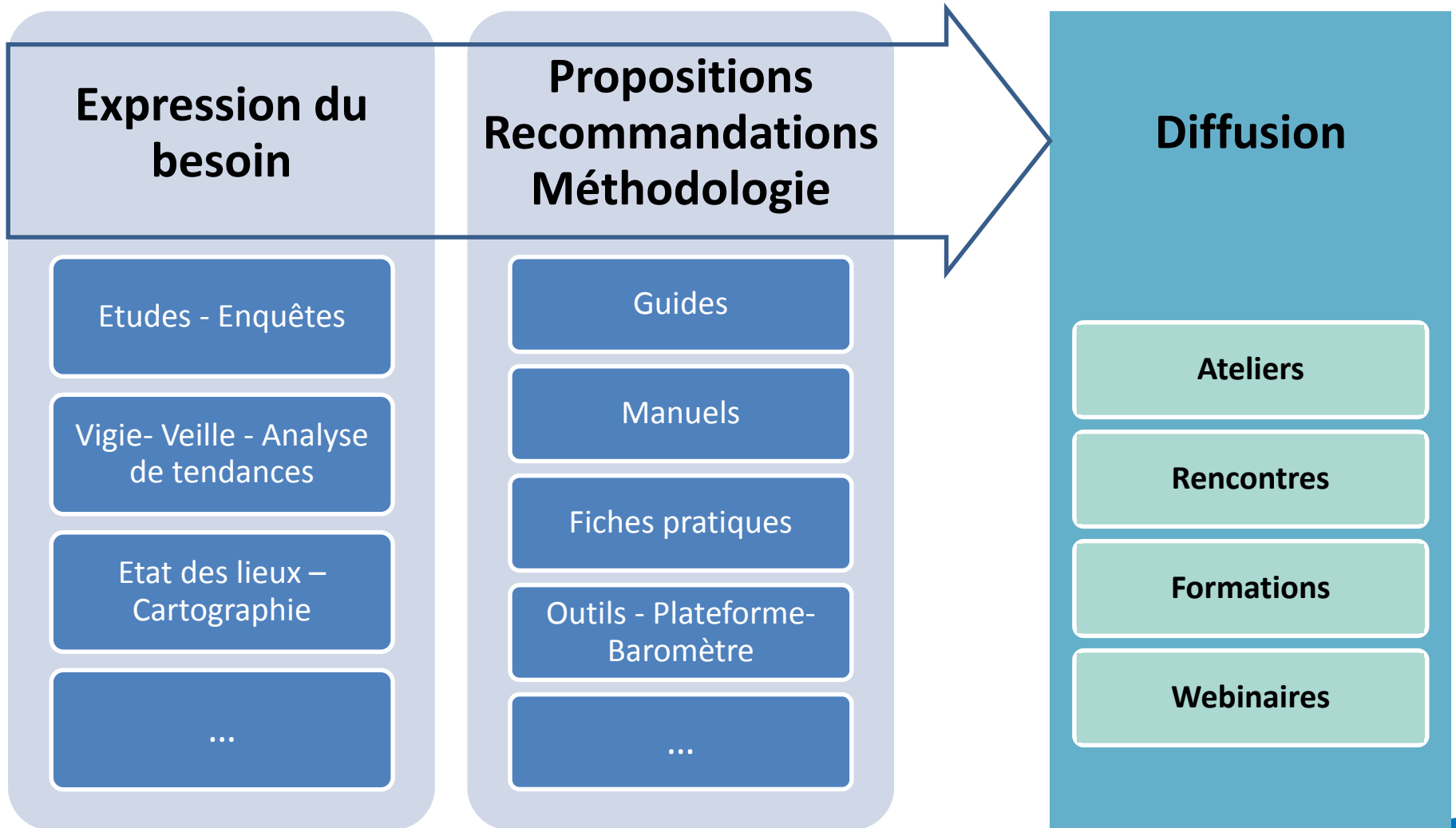
La proposition de valeur ECR

Démarche projet ECR : réflexion-action



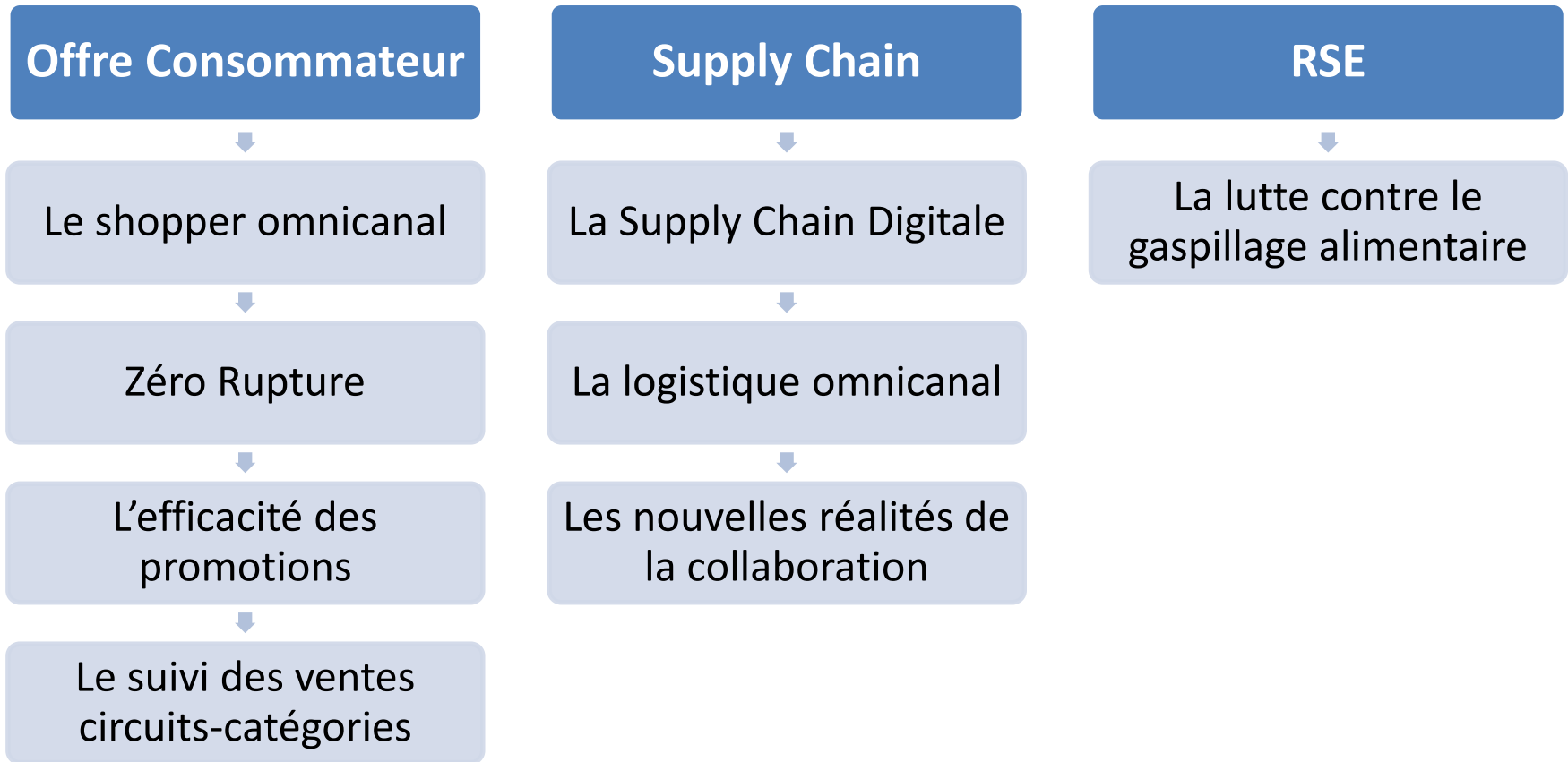
La proposition de valeur ECR

Production des groupes de travail



La proposition de valeur ECR

Thèmes de réflexion



La proposition de valeur ECR

Productions réservées aux adhérents

Etudes

Etude « shopper omnicanal et nouvelles pratiques d'achat »

Etude « nouveaux drivers promo shoppers »

Vision « ultra mutualisation »

Etude « Automatisation - Mécanisation entrepôts »

Livre blanc « Digital Supply Chain »

...

Outils

Baromètre ECR-IRI ruptures

Plateforme benchmark indicateurs Supply Chain sectoriels

Kit « Efficacité Promo »

Boîte à outils de la disponibilité en linéaire

...

La proposition de valeur ECR 2016

Les rencontres annuelles

réservé aux
adhérents

Atelier Réflexion Prospective

- La Supply Chain à l'horizon 2025
 - Stratégie France Logistique 2025
 - Future Value Network

11
Fév

réservé aux
adhérents

Forum DG

- Intervention de Pierre SABATIER,
économiste

5
Avril

Réunion Information Annuelle

- Les réalisations majeures de l'année

8
Juin

Trophées ECR

- 5^{ème} Cérémonie de remise des
Trophées

20
Oct

La proposition de valeur ECR 2016

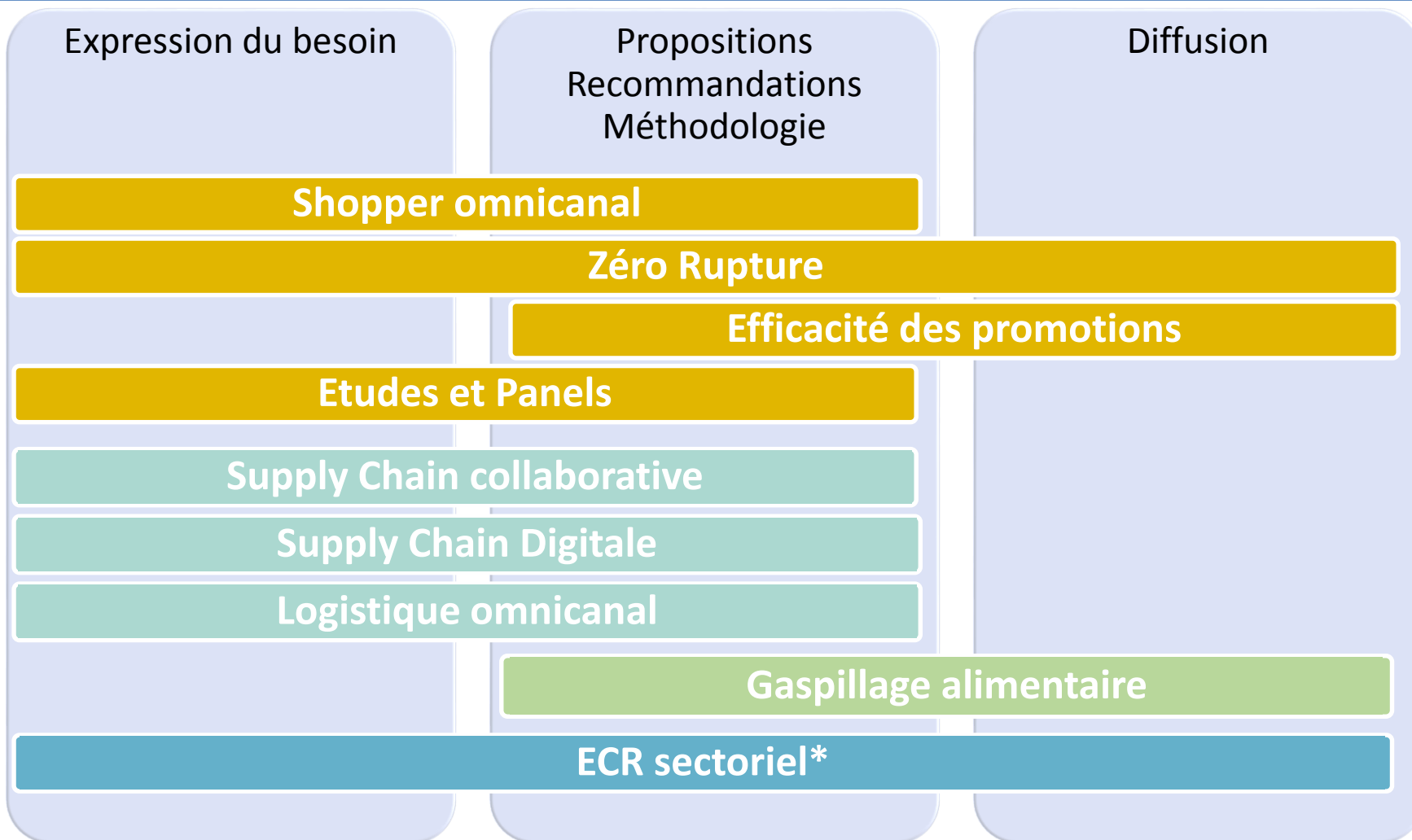
Les formations

NOUVEAU

	Maîtriser les clés de l'efficacité des promotions	Savoir mesurer l'efficacité des promotions
Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Développer les compétences des équipes dans la construction de promotions créatrices de valeur • S'approprier les travaux ECR sur l'efficacité de la promotion : définitions, bonnes pratiques promotionnelles, KPI.... • Savoir analyser les promotions • Partager les best practices et favoriser les échanges distributeurs-industriels pour mieux servir le conso-shopper 	<ul style="list-style-type: none"> • Connaître les particularités des différents outils de suivi et mesure des promotions proposés par les panels et les prestataires • S'exercer au calcul du ROI promo • Savoir répondre à un appel d'offres en intégrant l'analyse de la rentabilité
Contenu	<ul style="list-style-type: none"> • Connaître les enjeux des promotions • Comprendre le fonctionnement et l'organisation des promotions • Construire une promotion • S'approprier la mesure de l'efficacité • Identifier les paramètres d'un bilan partagé 	<ul style="list-style-type: none"> • Les enjeux des promotions • Mesure de l'incrémental et les KPI de mesure de performance • Particularité des mesures des promotions par les panels • S'exercer au calcul du ROI promo
Dates	mars – juin - octobre	mars – juillet - octobre

La proposition de valeur ECR 2016

Les groupes de travail



* Bricolage, Culture, Electro, Jouet, Parfumerie, Sport