

LE MERCHANDISING

Objectifs

Comprendre les objectifs et rôle du merchandising
Savoir animer son espace de vente et mesurer l'impact du merchandising sur le chiffre d'affaires

Contenu de la formation

Le rôle du merchandising

Analyse de l'existant

Diagnostic du point de vente (point forts, points faibles)
Réflexion sur le positionnement de l'enseigne
Analyse des rayons

L'implantation des produits

L'appétit d'achat au cours de la visite
La règle des 5B
Les règles d'implantations des produits en rayon
Les 4 axes qualitatifs du merchandising
La rotation des produits dans le point de vente
Renforcer l'attractivité de son point de vente par la couleur

La vitrine

Les règles d'or

Mettre en place des indicateurs clés

Identifier les produits 20/80
Mesurer l'impact de l'implantation sur les ventes

Public concerné

Responsables de magasins, Vendeurs/ses,
Chefs de produit, visual merchandisers,
Directeurs de réseaux

Pré-requis

Connaissance du plan de collection de
l'entreprise (savoir le décrypter rapidement)

Durée

1 jour – 7 h

Dates

A définir

Coût

Selon devis

Lieu

En nos locaux

Méthodes

pédagogiques

Apports théoriques
A partir d'un cahier de préconisations :
réalisation d'une implantation de rayon ou
d'une vitrine exemple

Supports pédagogiques

Diaporama
Livret stagiaire
Photos

Méthodes d'évaluation

Quizz
Mises en situation sur le point de vente avec
l'appui de photos
Questionnaire de satisfaction stagiaire à
chaud

Validation de la formation

Attestation de fin de formation

Nombre de stagiaires

Groupe de 2 à 8 en intra-entreprise
Groupe de 3 à 8 en inter-entreprises