

MERCHANDISING EN POINT DE VENTE

-Parcours RETAIL, formation n°2-

Objectifs :

A l'issue de la formation, les apprenants seront capables de :

- Utiliser le point de vente comme un moteur de croissance commerciale.
- Déployer des stratégies merchandising pratiques et performantes.
- Gérer la présentation de ses produits de manière à susciter l'intérêt et à favoriser les achats.

Les points forts ?

Plus qu'une formation, une FORMACTION avec une mise en application sur le terrain. Formation 100% personnalisable en fonction de vos attentes et des spécificités de vos points de vente. Alternance de théorie et de pratique.

Pour qui ?

- Magasin retail
- Tout niveau

Durée :
2 jours, soit
14h00
en présentiel.

Participants :
10 personnes
maximum

Prérequis :
Aucun

Lieu:
Location de salle
et/ou entreprise du
client

Tarif groupe INTRA :
Sur devis.
Financement OPCO
possible (AFEST ou
autre selon OPCO).

MODALITÉS D'ACCÈS

Recueil des besoins, inscription dès l'ouverture de la session jusqu'à 2 jours avant le début d'entrée en formation. Signature d'une convention de formation, émargements et remise d'une attestation de fin de formation. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes à mobilité réduite, pour tout autre handicap, veuillez contacter M.Lefèvre Cindy , référente handicap pour adaptation logistique, pédagogique, organisationnelle et de compensation.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Une pédagogie active et immersive avec alternance de théories et de pratiques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Test de positionnement en amont de la formation. Exercices pratiques et mise en situation pour vérifier la bonne acquisition des compétences en cours de formation. Évaluation sommative en fin de formation + questionnaire de satisfaction à chaud et à froid.



Formation animée par Julie Benard

- Diplômée formatrice pour adultes
- Spécialisée en commerce, management agile et merchandising avec 25 ans d'expérience terrain.



*Mon leitmotiv ?
Je ne perds jamais, soit je
gagne, soit j'apprends !*

(Nelson Mandela)



PROGRAMME

Jour 1 : Stratégie et macro- merchandising

Élaborer une stratégie merchandising efficace

- Identifier les points forts et faibles de son enseigne ou marque.
- Analyser les comportements et attentes des clients pour ajuster la stratégie.

Planifier des actions ciblées

- Créer des profils clients pour chaque action envisagée.
- Élaborer un plan d'actions intégrant les 8 étapes cruciales de la démarche catégorielle.

Optimiser le macro merchandising en point de vente

- Améliorer la circulation dans le magasin en reconfigurant les flux et les zonages.
- Définir les espaces alloués à chaque catégorie de produits en analysant les rendements.

Analyser et ajuster les résultats des actions merchandising

- Sélectionner les indicateurs de performance pertinents.
- Anticiper les évolutions du marché pour ajuster la stratégie et les actions.

Jour 2 : Micro-merchandising et performance

Maîtriser le micro merchandising des produits

- Gérer efficacement les assortiments en fonction des segments de demande.
- Organiser l'implantation des produits dans les linéaires en utilisant des modes d'implantation appropriés.

Élaborer des planogrammes pour optimiser les linéaires

- Déterminer les facings et élaborer des planogrammes pour maximiser la visibilité et la vente

Finaliser le merchandising

- Finaliser son merchandising avec les affichages
- Utiliser des outils de théâtralisation pour animer les espaces de vente.

Intégrer le digital dans le merchandising en points de vente

- Exploiter les avantages et les limites des nouveaux outils de PLV numériques.
- Appliquer les règles de visual merchandising pour maximiser l'impact des vitrines et des supports numériques.