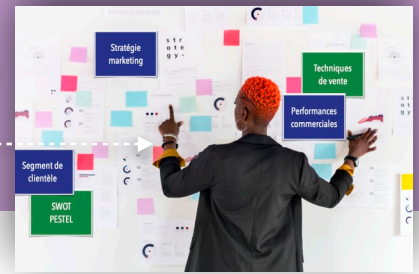


Déployer un merchandising optimal

MARKETING - COMMERCE



OBJECTIF DE LA FORMATION

À l'issue de la formation les participants seront capables d'appliquer des techniques modernes de merchandising afin d'optimiser les ventes et la rentabilité d'un point de vente

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Alternance d'exposés, d'apports théoriques, d'ateliers de pratique, de recherches, de discussions, de vidéos et de travaux en sous-groupes, et d'échanges d'expériences

Blended-learning avec l'outil interactif KLAXOON : network, meeting, capsule d'informations, parcours, quiz, sondage et brainstorming. Quiz Kahoot et mur collaboratif Padlet

Ludopédagogie avec activités interactives : jeux cadres et à thèmes de THIAGI

Remise d'un support/livret stagiaire avec les contenus abordés sous format PDF pour une mise en pratique

DISPOSITIFS D'ÉVALUATION

Évaluations formatives durant l'action par divers quiz, travaux pratiques, exercices et études de cas

Évaluation des acquis en fin de formation sous forme de questionnaire (QCM, QCO, QCU)

Évaluation à chaud de l'action de formation réalisée en fin de parcours afin de mesurer le niveau de satisfaction

VALIDATION

Délivrance d'un certificat Pro Learning niveau 3 après une évaluation des acquis, minimum de points à obtenir : 70/100

PUBLIC

Gérant et manager de magasin, responsable commercial, merchandiser, chef de secteur, chef de rayon et vendeur

DURÉE

Présentiel : 3 jours, soit 21 heures + E-Learning : 4 heures

PRÉREQUIS

Aucun prérequis nécessaire

MODALITÉS ET DELAIS D'ACCÈS

Accès à la formation 2 semaines à 2 mois selon le dispositif de financement mobilisé (personnel, entreprise, CPF, OPCO)

Inscription définitive après la signature d'une convention ou d'un contrat
Formation en intra ou inter possible

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Identifier les règles fondamentales du merchandising
- Développer l'animation commerciale d'un magasin
- Agencer et implanter correctement un rayon
- Analyser la rentabilité d'une gamme de produits
- Augmenter les ventes additionnelles

PROGRAMME

- **Fondamentaux du merchandising** : Généralités et définitions ; Les 5B de Kepner ; Les 5P de la distribution moderne
- **4 axes fondamentaux du merchandising** : assortiment, présentation, animation et gestion
- **3 types de merchandisings** : organisation, séduction et gestion
- **5 formes de merchandisings sensoriels** : visuel, sonore, tactile, olfactif et gustatif
- **Techniques de ventes additionnelles** : cross-selling ou cross merchandising
- **Plan et implantation**
 - Le plan de masse et le zoning
 - Les planogrammes et les différents types d'implantation
 - Les TG, les zones saisonnières et promotionnelles
- **La signalétique commerciale** : Information sur le lieu de vente ; Publicité sur le lieu de vente
- **L'animation commerciale**
 - Le planning saisonnier et promotionnel
 - Le trade-marketing
- **Analyse des ratios et des indices**
 - Répartition du chiffre d'affaires
 - Rentabilité au m2 et mètre linéaire
 - Panier moyen et panier article
 - Taux de transformation
 - Linéaire au sol et développé
 - Comparatif entre CA permanent et promotionnel

Référence

10-001-01

Tarif

Grille tarifaire
ou sur devis

Nombre de participants

12 à 16
personnes

Lieu

Sur site
ou à définir

Planning

Sur
demande

Formateur

Dominique
KOWALCZYK



Activité enregistrée sous le n° 32620301162 auprès du préfet de région Hauts-De-France
Certificat Qualiopi n° FRCM21084, délivré pour la catégorie «Actions de formation»

Société Coopérative d'Intérêt Collectif par Actions Simplifiées - Siret : 824 395 396 00016 - Capital social : 38 400€ - TVA intracom. : FR92 824 395 396