

# LES FONDAMENTAUX DU MERCHANDISING

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET COMPETENCES VISES :

Connaître et maîtriser les techniques de merchandising

**PUBLIC :** Tout public

**PRÉREQUIS :** Aucun prérequis

**DURÉE :** 14 heures

### SUIVI DE L'ACTION ET APPRECIATION DES RESULTATS :

- Feuille d'émargement
- Fiche d'évaluation de formation



**FORMATIC**  
Former vers le succès

### MODALITES D'EVALUATION :

- Auto positionnement avant ou en début de formation
- Evaluation continue tout au long de la formation
- Evaluation finale du transfert des acquis pour valider la mise en œuvre en situation de travail par test ou mise en situation

**www.formatic.net**  
FORMATIC, une société du Groupe PSB

## PROGRAMME

### DÉCOUVRIR LES FONDAMENTAUX DU VISUAL MERCHANDISING

- Comprendre les points clés du merchandising
- Intégrer les grandes règles de l'aménagement intérieur et extérieur (la vitrine, l'enseigne, l'éclairage, le mobilier, l'ambiance, l'accessibilité) en référence au flux de circulation
- Respecter les mesures de sécurité

### CONSTRUIRE SA STRATÉGIE MERCHANDISING : « DU DIAGNOSTIC AU PLAN D' ACTIONS »

- Réaliser un diagnostic complet pour orienter sa stratégie merchandising
- Utiliser la grille d'évaluation de la performance merchandising grâce à une check list de 13 points autour de 4 critères : attractivité, organisation, conversion et gestion
- Identifier les problématiques à résoudre et hiérarchiser ses objectifs
- Analyser les attentes et comportements des clients sur le point de vente

### CONNAITRE LES MISES EN SCÈNE, QUI INCITENT À L'ACHAT SUR LE POINT DE VENTE

- Optimiser la circulation au sein du point de vente : gestion des flux, zonings...
- Déterminer l'ordre d'implantation des familles et segments sur le parcours client
- Positionner les catégories de produits au sein du mobilier en fonction des comportements d'achats
- Gérer les assortiments avec habileté et segmenter la demande : trouver l'équilibre entre image de choix, limites des linéaires existants et rentabilité
- Structurer l'offre dans les linéaires : modes d'implantations, verticalités et horizontalités
- Attribuer des facings, construire des planogrammes

### SAVOIR REVENDRE SA DÉMARCHE MERCHANDISING AU POINT DE VENTE

- Utiliser des arguments factuels...Oui mais pas que !
- Adapter sa démarche au client afin de s'intégrer dans la stratégie du point de vente
- Mettre en place un équilibre entre image de marque et matériels merchandising
- Gérer l'événementiel : connaître les outils de théâtralisation pour planter les promotions

**Cas pratiques :** *Tout au long de la session, les stagiaires étudieront des cas pratiques et mettront en œuvre les clefs du merchandising en établissant des plans merchandising en fonction de situations existantes.*

### MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES :

- Méthode pédagogique basée sur des échanges d'expériences, des mises en situation et des exercices pratiques novateurs, élaborés par nos équipes (corrigés et fiches techniques laissés aux participants)
- Individualisation, personnalisation et adaptation au niveau et au besoin de chaque apprenant
- Vidéo projecteur, vidéo, APN, PC individuel. Fourniture d'une documentation numérique complète
- Formateurs expérimentés dans leurs domaines (joignables avant et après la formation)

**FORMATIC - Prestataire de formation** - Déclaration d'activité enregistrée sous le n° 26 89 00243 89 auprès du Préfet de région Bourgogne-Franche-Comté. - SIRET : 37981283700027 - APE : 85.59A Immeuble le Saint Pregts - 14, rue Auguste Morel - 89100 Sens  
**Tél : 03.86.83.81.50 Fax : 03.86.83.81.53 - www.formatic.net - contact@formatic.net**