

MERCHANDISING DU POINT DE VENTE



PARTICIPANT(S) :

Demandeurs d'emploi
Salariés d'entreprises
Particuliers

ORGANISATION :

2 jours consécutifs ou non
Soit 14 heures
9h-12h/13h-17h

INTERVENANT(S) :

Consultant(e) merchandising

CONTACT :

KATRANTZIS-WOLTERS Axelle
Téléphone : 05 56 79 51 78
Mail : idae@formation-lac.com

VALIDATION DE LA FORMATION :

Certificat de formation délivré par l'IDAE (Ecole de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux)

CONTEXTE

Dans un contexte en pleine évolution avec la croissance des nouveaux moyens de consommation comme le E-commerce, le M-commerce, les achats en drive, et les nouveaux comportements d'achat des consommateurs, les points de vente doivent perpétuellement se renouveler pour développer leurs ventes.

OBJECTIFS

Former des Responsables de points de vente, Chefs de rayon, Chargés d'animations produits aux techniques commerciales et merchandising permettant la rotation des stocks de manière efficace et donc l'augmentation du Chiffre d'affaires tout en travaillant l'image de marque/enseigne de manière qualitative.

MÉTHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Analyse d'aménagement d'espaces de vente, plan d'implantation, exercices et mises en application des techniques merchandising dans le magasin d'application

CONTENU DU PROGRAMME

▪ **Introduction :**

Origine
Rôle
Objectif
Définition
Typologies

▪ **Mise en œuvre du point de vente**

Déterminer les allocations d'espaces

Segmenter l'offre et déterminer l'ordre d'implantation des familles et segments sur le parcours client

L'ambiance
L'organisation
Les espaces
Les zones
La circulation
Le plan
Les vitrines

▪ **L'implantation**

Structurer l'offre dans les linéaires

Définir les options de présentation

Les zones d'impact (vitrine, entrée, espace caisse...)
L'implantation du mobilier (rythme, rupture...)
Le mobilier mural (les niveaux de lecture)
Le mobilier central (l'organisation, la composition)

MERCHANDISING DU POINT DE VENTE

IDAE
Design d'espaces

CCI BORDEAUX
GIRONDE

CONTENU DU PROGRAMME (SUITE)

▪ Les outils pour vendre

Gérer les assortiments avec habileté et segmenter son offre

- Le classement des produits
- La signalétique, PLV, ILV
- Le packaging
- Les mannequins et bustes
- L'éclairage
- La théâtralisation
- Les vitrines

EVALUATION

▪ Bilan de la formation

- Evaluation des acquis : exercices, quizz, QCM, mise en pratique des techniques merchandising, réalisation d'un diagnostic...