

MERCHANDISING

OBJECTIFS :

- Comprendre les enjeux et les intérêts du merchandising
- Améliorer l'attractivité d'un point de vente
- Améliorer la communication et la visibilité de vos produits
- Améliorer la rotation des produits sur le point de vente
- Analyser la situation du point de vente

PUBLIC VISÉ :

- Managers, commerciaux et vendeurs, responsables marketing et communication

PRÉREQUIS :

- Aucun

MÉTHODES MOBILISÉES :

- Alternance d'apports théoriques et pratiques
- Études de cas concrets et astuces pratiques
- Documentation pratique
- Vidéo projection

MODALITÉS D'ÉVALUATION :

Des acquis :

- Évaluation des acquis en fin de formation
- Attestation de fin de formation mentionnant l'atteinte des objectifs de la formation

Mesure de satisfaction des stagiaires

MODALITÉS D'ACCÈS :

- Présentiel : locaux HSF équipés à disposition
- Nous consulter pour toute question relative à l'accessibilité de nos formations aux personnes en situation de handicap

DÉLAIS D'ACCÈS À NOS FORMATIONS :

- Réponse à vos demandes sous 72h et entrée en formation possible sous 90 jours maximum.

➤ Formation animée par un consultant et formateur senior spécialisé en vente et marketing.

➤ 68 000 XPF HT par pers, déjeuners incl.,
➤ Intra entreprise : nous consulter

PROGRAMME

 14h00



Présentiel
2 jours

POURQUOI LE MERCHANDISING?

- Définition rapide
- Comprendre l'approche

OPTIMISER LES ZONES COMMERCIALES

- Étude rapide de la zone commerciale (pôle d'attraction, flux, allée pénétrante...)
- Comment utiliser les espaces disponibles
- L' » image » des produits (souhaitée et réelle)
- Rotation des présentations

ORGANISATION ET PRÉSENTATION DES PRODUITS

- Techniques d'organisation des produits : linéaires, gondoles, têtes de gondole
- Techniques de pliage vêtements
- Comment réussir son podium?
- Espace caisse : les ventes additionnelles

LA VITRINE

- L'importance d'une vitrine
- Quels produits choisir?
- Comment les mettre en avant

SIGNALÉTIQUE

- L'importance de la signalétique
- Présentation des promotions et soldes
- Les différents formats de communication pour inciter à l'achat
 - Affiches
 - Adhésifs sol
 - PVC mural

EN PRATIQUE

- Analyse globale / La vitrine
 - La vitrine m'a-t-elle interpellé?
 - Quelles informations envoie-t-elle?
 - Quels sont les points forts et axes d'amélioration
- Analyse globale / En magasin
 - Quel est mon ressenti?
 - Oppressé/à l'aise, submergé par l'information/je cherche les prix....
- Analyse globale / La signalétique
 - La mise en place est-elle suffisante et cohérente?
 - Comment améliorer la communication ?
- Réaliser la mise en avant en magasin