



2 jours

PROGRAMME DE FORMATION

En présentiel

À distance

## MAÎTRISER LES ASPECTS DU MERCHANDISING

### OBJECTIFS DE FORMATION

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Repérer les enjeux du Merchandising
- S'approprier les méthodes opérationnelles
- Développer une démarche commerciale adaptée

### PARTICIPANTS

- Dirigeants, Responsables marketing, Commerciaux, Vendeurs en magasins

### PREREQUIS

- Aucun

### MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Positionnement : Questionnaire préalable envoyé au participant et responsable N+1
- Formation action : le participant est acteur de sa formation et le formateur propose beaucoup d'exercices basés sur le contexte professionnel
- 1/3 de théorie et 2/3 de mises en pratiques
- Apports théoriques et méthodologiques illustrés par de nombreux exercices pratiques
- Echanges basés sur la pratique professionnelle des participants et du formateur
- Analyse de pratique, mises en situation sur des cas concrets pour permettre l'appropriation des méthodes et des outils
- Support individuel de formation

### ÉVALUATION

- Évaluation formative réalisée par l'intervenant tout au long de la formation afin de mesurer les acquisitions et les progressions
- Évaluation des acquis

### LES PLUS

- PAI : un plan d'actions individuel sera formalisé en fin de formation.
  - Programmes ajustables à vos attentes
  - Accompagnement personnalisé
  - Option démarche qualité :
- SQF – Suivi Qualité Formation : Synthèse détaillée et bilan du formateur.
- Cette formation est accessible à toute personne en situation de handicap, contact référent handicap au 02 43 61 08 47
  - Une expertise<sup>2</sup> de nos formateurs : technique et pédagogie active

### PROGRAMME DE FORMATION

#### 1. Identifier les fondamentaux du Merchandising

- Historique du merchandising
- Définitions et évolution du concept
- La stratégie marketing globale
- Evolution des comportements d'achat

#### 2. Appliquer les méthodes du merchandising

- L'acte d'achat lié aux modes de consommation
- Les zones de chalandise
- Le cycle de vie du produit
- La gestion du rayon
- Les indicateurs de performance, d'encombrement, contribution et surface à allouer

#### 3. Organiser son point de vente

- Objectifs marketing et commerciaux
- Analyses des différents espaces
- Règles d'organisation
- Implantation des rayons : règles et univers
- La valorisation des mobiliers
- Les techniques d'implantation des produits en rayon

#### 4. Animer son linéaire de produits

- L'emplacement du point de vente
- La notion de clientèle
- Benchmarking : étude de la concurrence
- Les différents ratios de performance
- Les leviers de la rentabilité

#### 5. Construire sa démarche de progrès

- Les axes de progrès individuel
- Le plan d'action
- La mise en œuvre du changement de pratique