

CODE WEB : CVR3SF

PRIX : à partir de 2300 € net de taxes

Durée : 28 heures (4 jours) en présentiel ou distanciel

Public visé

Employés de libre-service
Employés polyvalents

Participants : 4 à 10

Prérequis

Aucun prérequis

Equipe pédagogique

Formation dispensée par un expert en relation client et merchandising

Objectifs pédagogiques

Découvrir les bases du merchandising

Être capable d'appliquer les principes de base de merchandising en magasin

Savoir prendre des initiatives liées au merchandising

Moyens pédagogiques et techniques

Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation

Documents supports de formation

Exposés théoriques

Exercices dans la peau du client

pour comprendre les

comportements d'achat, en magasin

Exercices sur les erreurs en rayon et améliorations possibles, en magasin

Observations et amélioration par

binôme en magasin

Evaluation et suivi de la formation

Feuilles de présence

Evaluation des acquis durant la

session sous forme d'exercices

Formulaires d'évaluation de la

formation

Attestation de formation

Organisation du Merchandising du point de vente

A l'issue de cette formation, les participants seront à même de maîtriser les techniques de merchandising visuels et de mettre en avant les produits et l'offre du point de vente

Le + de cette formation :

Mises en situation et exercices pratiques en magasin

Contenu de la formation

- **Module 1 Introduction au merchandising**
 - ✓ Les bases du merchandising
 - ✓ Les avantages du merchandising (pour les clients, le magasin, les équipes de vente)
- **Module 2 Les bonnes pratiques du merchandising**
 - ✓ Donner de l'autonomie au client en magasin
 - ✓ Faciliter la localisation d'une famille de produits
 - ✓ Faciliter le choix du client
- **Module 3 Merchandising de séduction**
 - ✓ Soigner l'entrée de rayon pour attirer le client
 - ✓ Donner du dynamisme à la présentation des produits
 - ✓ Créer des ruptures visuelles
 - ✓ Déterminer l'orientation des produits
 - ✓ Choisir une place pour chaque produit
 - ✓ Gérer les ruptures
- **Module 4 Merchandising de gestion**
 - ✓ Attribuer un espace alloué aux linéaires en fonction de la surface de vente, de la largeur de l'assortiment
 - ✓ Savoir positionner un produit pour être vu et acheté (achat d'impulsion)
- **Module 5 Merchandising d'organisation**
 - ✓ Organiser l'assortiment par thème ou par famille de produit
 - ✓ Savoir définir une largeur et profondeur de gamme
- **Module 6 Merchandising de communication**
 - ✓ Transmettre un message au consommateur grâce à son agencement et son décor
 - ✓ Définir le sens de circulation du client sur le point de vente afin de mieux l'orienter