

Point de vente et merchandising



Découvrir les fondamentaux du merchandising et comment construire sa stratégie merchandising

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- **Se préparer à un contrôle par une analyse des pratiques dans l'établissement et l'élaboration des documents réglementaires obligatoires.**
- **Etre capable d'appliquer les règles en vigueur en matière de maîtrise sanitaire.**

PROGRAMME

1. Réaliser un diagnostic complet pour orienter sa stratégie merchandising

- Identifier les problématiques à résoudre et hiérarchiser ses objectifs
- Evaluer la situation de son enseigne, de sa catégorie ou de sa marque (fixer des indicateurs de performance primaires et secondaires)
- Analyser les attentes et comportements shoppers : quelles études pour quels objectifs ?

2. Cibler ses actions merchandising et définir la démarche à adopter

- Déterminer les cibles clients auprès desquelles développer des solutions
- Sélectionner la démarche à suivre : catégorielle, de marque, de combat ?

3. Préparer le déploiement des solutions : actionner les bons leviers en entreprise et utiliser les outils les plus pertinents

- Qui conçoit et déploie les solutions ? Les moyens guident-ils les objectifs ou est-ce l'inverse ?
- Définir les fonctions merchandising en entreprise

4. Le macro merchandising du point de vente

- Optimiser la circulation au sein du point de vente : gestion des flux, zonings...
- Positionner les catégories dans le point de vente en fonction des comportements d'achats
- Déterminer les allocations d'espaces : analyse de rendements et définition de bornes de linéaires
- Segmenter l'offre et déterminer l'ordre d'implantation des familles et segments sur le parcours client

5. Le micro merchandising produits

- 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

Durée

10 HEURES

Tarif

500 €

Pré-requis

Aucun

Profil du stagiaire

Tout public

Délai d'accès

2 à 4 semaines selon
financement

Équipe pédagogique

Formateur spécialisé

Moyens pédagogiques et
techniques

-Accueil des stagiaires dans une
salle dédiée à la formation.

-Exposés théoriques

-Etude de cas concrets

-Quiz en salle

Évaluation de la formation

-Feuilles de présence

-Questions orales ou écrites

-Mises en situation

-Formulaires d'évaluation de la
formation.

-Certificat de réalisation de
l'action de formation.



Mise à jour

novembre 2023



Taux de satisfaction de nos
stagiaires (mai 2023 -
novembre 2023)

96%



6. Le merchandising de la CLV (Communication sur le Lieu de Vente)

- Les secrets d'une ILV (Information sur le Lieu de Vente) visible et efficace
- Développer une signalétique dans une enseigne ou un rayon : directionnelle, de segmentation...
- Concevoir et implanter la PLV (Publicité & Promotions sur le Lieu de Vente)
- Gérer l'événementiel : connaître des outils de théâtralisation
- Utiliser les vitrines pour capter l'attention : règles essentielles de construction des vitrines et de visual merchandising