

# OPTIMISER SES VENTES PAR LE MERCHANDISING



## PARTICIPANT(S) :

Commerçants et vendeurs souhaitant augmenter leur panier moyen et développer leurs ventes.

## ORGANISATION :

**Durée :** 7h (soit 5h en distanciel + 2h de travaux intersession)  
**Lieux :** Classe virtuelle

## INTERVENANT(S) :

Formateur expert dans la scénographie produits et le merchandising.

## VALIDATION DE LA FORMATION :

L'intervenant mesurera, tout au long de la formation, l'acquisition des connaissances des participants à travers la mise en place de situation in situ.

Délivrance d'une attestation de formation conforme à la législation en vigueur.

Un support de cours sera remis à chaque participant.

### CAMPUS DU LAC

N° SIRET 410 581 102 00010  
Code APE-NAF 8542Z  
N° Existence 7233 042 4333

#### Site de Bordeaux

10 rue René Cassin - CS 31996 -  
33071 Bordeaux Cedex  
Tél. 05 56 79 52 00

campus@formation-lac.com

#### Site de Libourne

7 Bis rue Max Linder  
33504 Libourne Cedex  
Tél : 05 57 25 40 40

campus@formation-lac.com

## OBJECTIFS

### **Nature de l'action : Acquisition de compétences**

- Intégrer les règles de base du merchandising.
- Utiliser le merchandising comme outil de la commercialisation.
- Optimiser la distribution de ses produits afin de susciter l'achat.

## MÉTHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Alternance de théorie et d'échange sur des cas pratiques.

Les participants pourront partager des photos de leur point de vente, envoyées au préalable au centre de formation afin d'analyser leur existant et échanger sur des points positifs et axes d'amélioration.

## CONTENU DU PROGRAMME

### LES PRINCIPES FONDAMENTAUX

#### LE SENS DE CIRCULATION DU POINT DE VENTE :

L'analyse du plan d'un magasin et des sens de circulation.  
L'analyse du comportement du consommateur en point de vente.  
Les zones chaudes / les zones froides de la boutique.

#### LES OUTILS POUR VENDRE :

La vitrine.  
La signalétique/information : PLV/ ILV/ Affichage prix.  
Les packagings.  
Les mobiliers muraux.  
Les îlots/mobiliers centraux/display.  
L'espace caisse.  
L'éclairage.

#### LES ARTICLES ET LEUR MERCHANDISING :

Les thématiques de produits.  
L'accessibilité au produit.  
Les mises en scènes et théâtralisation de l'offre produit.

#### LES ATELIERS PRATIQUES

Chaque participant analysera l'existant de son point de vente et travaillera d'après ses photos sur des propositions de modifications

#### L'ANALYSE DES TECHNIQUES DE PRESENTATION :

La préparation de l'espace, l'implantation du mobilier, la sélection des produits, les éléments complémentaires, l'installation des produits en 6 règles.

#### L'ANALYSE DE L'EXTERIEUR ET DE L'ENTREE DE LA BOUTIQUE :

Les scénographies vitrines, les produits d'appel en entrée de magasin.

#### L'ANALYSE DE L'INTERIEUR DE LA BOUTIQUE :

Les tables centrales, les étagères murales, les autres supports de présentations produits.