

# OPTIMISER SES VENTES PAR LE MERCHANDISING



## PARTICIPANT(S) :

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

## ORGANISATION :

**Durée :** 14 heures

**Lieux :** Campus du lac ou Campus de Libourne

## 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, de cas pratiques et de store check.

Les participants pourront amener des photos de leur point de vente afin d'analyser leur existant.

Afin d'optimiser les exercices, chaque stagiaire pourra venir avec quelques produits de son magasin.

Utilisation du magasin d'application.

## 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 sur des propositions de modifications

L'analyse des techniques de présentation en place :

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'extérieur et de l'entrée de la boutique :

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

L'analyse de l'intérieur de la boutique :

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