

VITRINE IMPACTANTE POUR ATTIRER LA CLIENTELE



PARTICIPANT(S) :

Commerçants, Responsable d'un point de vente, Gestionnaire multi-sites, Equipe de vente.

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

- Transmettre au travers des propositions décoratives le message commercial et les valeurs de l'entreprise.
- Construire une vitrine en respectant des règles de composition.
- Mettre en place des décors lisibles et séducteurs qui interpellent les clients.
- Avoir la capacité de renouveler ses vitrines en toute autonomie.

MÉTHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Apports théoriques en groupe complétés par des exercices personnalisés.

Méthodologie communicative, dynamique et interactive avec les participants.

Outils de présentation des règles de scénographie vitrine illustrées de photos, de planches tendances, et vitrines d'application comme outils pour l'exercice pratique...

Les stagiaires viendront avec des photos de leurs vitrines et des enseignes extérieures de leur point de vente.

Un assortiment produit des points de vente pourra être nécessaire pour la mise en application de scénographie vitrine (habillement, articles de décoration, produits alimentaires, chaussures...).

Utilisation de vitrines d'application.

CONTENU DU PROGRAMME

THEORIE.

Principe AIDAR : Attirer – Inciter – Dessiner – Acheter - Revenir

Formes des vitrines et des façades

Composition des vitrines

Triangle d'efficacité

Eclairage

Règle des 3M

Choix des produits

Place du produit

Usage et symbolique des couleurs

Saisonnalité/calendrier

Thématiques vitrines

Decorum / Théâtralisation des vitrines

Budget

Rôle de la PLV/ILV en vitrine

MISES EN APPLICATION.

Diagnostic et analyse des vitrines existantes

Composition de vitrines à l'aide des produits/articles choisis et apportés par le commerçant