

PARTICIPANT(S) :

Tout collaborateur amené à mettre en scène des produits sur le point 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.

Evaluation des acquisitions avec un Quizz de connaissances en fin de parcours.

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 66

campus@formation-lac.com

OBJECTIFS

Nature de l'action : Acquisition de compétences

- Connaître et s'entraîner aux différentes étapes d'une vente
- Connaître les produits
- Acquérir des outils et techniques efficaces pour convaincre le client

MÉTHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Etude de cas, store check, intervention d'Experts métiers "Merchandising", exercices et mises en application, magasin d'application

CONTENU DU PROGRAMME

Tour de table et définition des objectifs et problématiques de chaque participant

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

UN POINT DE VENTE QUI COMMUNIQUE : COMMENT OPTIMISER LA COMMUNICATION ET SA VISIBILITE

Du magasin réel au magasin virtuel (les outils de communication)

La scénographie

La théâtralisation

Les vitrines de la composition à la thématique

ATELIER PRATIQUE

Chaque participant analysera l'existant de son point de vente et travaillera sur des propositions de modifications.

Cela pourra se faire d'après des photos portées par chaque participant.

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

Evaluation des acquisitions : Quizz de connaissances.