



Les objectifs :

1. Comprendre les enjeux et les intérêts du merchandising dans la vente de produits ou services
2. Maîtriser les techniques opérationnelles de merchandising sur un point de vente
3. Intégrer le merchandising dans la stratégie commerciale du point de vente

Public :

- Responsables marketing, commerciaux
- Vendeurs/Vendeuses en magasin
- Responsable de magasin
- Marchandiser et chef de produit marketing
- Collaborateurs impliqués dans une réflexion ou une action de merchandising

« Centre de formation accessible au public en situation de handicap »

Pré-requis :

Aucun pré-requis

Lieu du stage :

Formation Plus Méditerranée ou en entreprise

Délais d'accès :

Le délai d'accès à nos actions de formations intra-entreprises est généralement inférieur à 2 mois à compter de l'étude de votre projet.

Ce délai dépend également du délai de validation de l'action de formation par le demandeur et de l'organisme financeur

Délais de réponse :

48 heures

Contact : Caroline BAAS contact@formationplus.org

Tarif :

Tarif selon devis

Formateur :

Professionnel confirmé dans l'exercice de ses fonctions, compétences pédagogiques à mettre en œuvre les formations

Durée de la formation :

25heures

Méthodologie et moyens pédagogiques :

- Apports théoriques et pratiques
- Réflexions de groupe guidées par l'animateur
- Études de cas pratiques
- Sortie sur le terrain, visites de points de vente
- Support de cours formation merchandising

Suivi et évaluation :

Évaluation en cours de formation

Attestation de fin de formation

32 boulevard Jean Bourrat - 66000 Perpignan • www.formationplus.org
06 14 42 38 31 • 06 13 53 65 66 • 04 68 34 84 61 contact@formationplus.org





Programme de la formation :

Situer et organiser le merchandising dans le point de vente, comprendre le concept du merchandising

- Qu'est-ce que les concepts, la définition et l'évolution du merchandising ?
- Comment intégrer le merchandising dans la stratégie marketing globale de son entreprise ?
- Appréhender les comportements des usagers, consommateurs / clients et leur évolution
- Focus sur les aspects juridiques en merchandising

Appréhender et s'approprier les techniques et méthodes du merchandising

- Comment organiser son point de vente ? Faire évoluer l'aménagement de son espace de vente et l'orienter client / vente
 - Faire le point sur les objectifs marketing et commerciaux / Comment analyser ses différents espaces
 - Connaître les règles d'organisation d'un PDV (Point de vente)
- Comment implanter des rayons ou un espace de vente ? Identifier les règles et les univers de l'implantation
- Connaître le positionnement et la mise en valeur du mobilier
- L'implantation des produits en rayon : contraintes, organisation et choix de la mise en place
- Focus sur les principes fondamentaux de la gestion du rayon / Indicateurs de performance / Indicateurs d'encombrement / Contribution et surface à allouer

Cas pratique : Réaliser une étude de linéaire et optimiser son facing

- Comprendre la situation du point de vente pour mieux l'aménager
- Analyser la situation du point de vente, étudier la clientèle et la concurrence
- Proposer un réaménagement
- Maîtriser les différents ratios
- Développer sa rentabilité et rechercher des effets de leviers