

***Formation merchandising : maîtriser le concept marketing***

**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 »

**PRE-REQUIS**

Aucun pré-requis

**LIEU DU STAGE**

FORMATION PLUS MEDITERRANEE ou entreprise

**DELAIS D'ACCES**

48 Heures

Contact : Caroline BAAS

[contact@formationplus.org](mailto: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**

25 heures

**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 des acquis en fin de formation

Attestation de fin de formation

### **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 o 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 o Indicateurs de performance o Indicateurs d'encombrement o 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