

Programme de formation MERCHANDISING

Objectifs :

Acquérir l'ensemble des méthodes et techniques relatif à la présentation et à la mise en valeur des produits sur le lieu de vente
La connaissance du comportement du consommateur et un merchandising optimal vous garantissant de bons résultats en termes de ventes

Public concerné et prérequis :

Cadres supérieurs, cadres intermédiaires, employés, toute personne ayant un rôle dans la mise en place des rayons d'un magasin, améliorer leur analyse de l'environnement d'une surface de vente pour optimiser la présentation des produits.
Prérequis: Aucun

Qualification des intervenants :

Professionnels expérimentés en Merchandising

Moyens pédagogiques et techniques :

Questionnaire initial
Alternance d'exercices, de cas pratiques et de théorie
Fiches pédagogiques stagiaires

Durée :

14 heures.

Programme :

Les enjeux du merchandising :

- L'application opérationnelle du marketing
- Le merchandising facilitateur du travail du service logistique
- Le merchandising adapté au(x) point(s) de vente
- Le merchandising permet au produit de se « faire acheter »

Les caractéristiques du merchandising :

- La loi des 5 B
- Le circuit client
- Le poids visuel des produits sur la surface de vente
- Le poids des diverses marques à présenter
 - o L'étiquetage et la gestion des fonds de broche
 - o Les trois axes : STRATÉGIQUE-ORGANISATIONNEL-OPÉRATIONNEL

Le merchandising de séduction :

- Le merchandising, un travail basé :
 - o Sur l'imaginaire
 - o Le design
 - o Les 5 sens
- La mise en scène selon la saison
- La mise en scène selon les événements commerciaux
- Prendre du plaisir et vendre mieux et plus en étant motivé

Impact de la gestion de stock :

- Les rotations des articles
- Inter actions avec le service achat
- Analyse des dysfonctionnements

La promotion des ventes en magasin

- La promotion des ventes en magasin
 - o L'utilisation des diverses techniques
 - o Les ventes promotionnelles et les ventes normales
- L'organisation des promotions en magasin
 - o La conception des promotions
 - o La réalisation de la promotion
 - o Le contrôle des résultats promotionnels

Objectifs spécifiques :

- Gestion des Facings
- Gestion des 20/80
- Outils du Merchandising
- Gestion des différentes Zones : Zone Froide – Zone chaude
- Impact du visuel sur le consommateur
- Les planogrammes
- La stratégie d'implantation
- Les ventes additionnelles et les ventes complémentaires
- La méthode FIFO / LIFO
- Le Cross Merchandising
- La gestion du Matériel Merchandising

Modalités d'évaluation des acquis :

QCM de fin de formation

Sanction visée :

Attestation de formation

Matériel nécessaire pour suivre la formation :

Formation en Présentiel : Papier + Crayon
Formation en Visio : Ordinateur + internet

Délais moyens pour accéder à la formation :

Session de formation dispensée 2 fois par an - sous condition de 6 stagiaires minimum

Accessibilité aux personnes à mobilité réduite :

Nous choisissons des salles de formation PMR, accessibles par les transports en commun et à proximité de lieux de restauration. BR2 Consulting est particulièrement sensible à l'intégration des personnes en situation de Handicap.

Contactez-nous afin d'étudier les possibilités de compensation disponibles.

Lieu

Salle de formation Locaux BR2
Sur site
En distanciel – Visioconférence

Modalités de financement

Que vous soyez salarié, demandeur d'emploi ou chef d'entreprise, des solutions existent pour financer vos formations (CPF, aide individuelle à la formation)

Tarif stagiaire en inter-entreprises:

700,00 €