



NOS PROGRAMMES DE FORMATION  
MERCHANDISING

**Sommaire :**

Merchandising Initiation 2 Jours.....	2
Merchandising Initiation 3 Jours.....	4



PROGRAMME DE FORMATION  
INITIATION MERCHANDISING - 2 JOURS

<b>OBJECTIFS</b>	Connaître les fondamentaux du merchandising. Maîtriser les techniques opérationnelles depuis l'étude de marché jusqu'à l'implantation des produits. Améliorer la rentabilité du rayon par l'implantation des produits.
<b>PRE-REQUIS</b>	Cette formation ne nécessite pas de prérequis
<b>MODALITES D'ACCES A LA FORMATION</b>	Aucun
<b>PROGRAMME DE FORMATION</b>	<p><u>Jour 1 :</u></p> <p><b>INTRODUCTION AU MERCHANDISING</b> Les origines L'évolution du commerce L'évolution du consommateur La place du produit</p> <p><b>L'IMPORTANCE DU MERCHANDISING POUR LES FORCES COMMERCIALES</b> La définition du merchandising Le merchandising vu par le distributeur Le merchandising vu par le fournisseur</p> <p><b>LA NOTION DE MARCHÉ</b> Les différents types de marché</p> <p><b>LE POINT DE VENTE</b> La zone de chalandise du point de vente L'étude de marché Caractéristiques du point de vente Connaissance de la concurrence Étude de la clientèle Détermination du marché potentiel La politique commerciale du point de vente</p> <p><u>Jour 2 :</u></p> <p><b>L'ASSORTIMENT</b> Les différentes sortes d'assortiment Les différentes catégories de produits Méthode de construction de l'assortiment d'une famille de produits</p>



	<p><b>L'IMPLANTATION D'UNE SURFACE DE VENTE</b> L'environnement d'une surface de vente L'organisation d'une surface de vente Allocation des surfaces des rayons Notion d'élasticité des ventes dans un linéaire</p> <p><b>LE RAYON</b> Règles d'implantation des produits Le merchandising : amélioration de la rentabilité Éléments de base de calculs de rentabilité Les ratios du merchandising</p> <p><b>LE PROMOTIONNEL</b> L'implantation de la promotion Le planning promotionnel dans la saisonnalité La PLV et l'ILV</p>
<b>DUREE</b>	2 jours - 16 heures
<b>PROFIL DES INTERVENANTS</b>	Formateurs experts
<b>EVALUATION</b>	Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie
<b>NOMBRE DE PARTICIPANTS</b>	1 à 5
<b>DATE</b>	Voir convention de formation
<b>LIEU</b>	INTRA-ENTREPRISE
<b>MOYEN PEDAGOGIQUE</b>	Exposés théoriques, exemples concrets et étude de cas permettent aux stagiaires de s'approprier les principes et méthodes du merchandising.
<b>COUT DE FORMATION</b>	Voir convention de formation
<b>FORMALISATION A L'ISSU DE LA FORMATION</b>	Attestation de fin de stage



PROGRAMME DE FORMATION  
INITIATION MERCHANDISING - 3 JOURS

<b>OBJECTIFS</b>	Eveiller chez les clients le désir de parcourir la surface de vente et d'acheter, cela grâce à un agencement harmonieux.
<b>PRE-REQUIS</b>	Cette formation ne nécessite pas de prérequis
<b>MODALITES D'ACCES A LA FORMATION</b>	Aucun
<b>PROGRAMME DE FORMATION</b>	<p><u>Jour 1 :</u></p> <p><b>Définition et enjeux du merchandising</b></p> <p><b>Merchandising distributeur et merchandising producteur</b> Objectifs &amp; rôles de chacun</p> <p><b>Les principes fondamentaux du merchandising</b> La zone de chalandise Le cycle de vie du produit L'assortiment</p> <p><b>La mesure des performances</b> Les ratios de performances, leur signification et usage, Le tableau de bord merchandising</p> <p><u>Jour 2 :</u></p> <p><b>Identité visuelle</b> Les règles d'une identité visuelle cohérente L'ambiance couleur et la transmission du message La signalétique générale de la surface de vente : prix affichage La signalétique commerciale : carte de visites, publicité</p> <p><b>Agencement et merchandising :</b> Les principes d'un bon agencement Les règles de sécurité à respecter Les règles de composition des linéaires La symétrie et les rappels visuels au niveau des formes et des couleurs</p>



	<p><u>Jour 3 :</u></p> <p><b>Décor de vitrines</b> Le matériel de base nécessaire à la création de vitrines Les règles de composition pour un rendu harmonieux et cohérent Les nouveautés décoratives Les différentes opérations commerciales sous formes de rétro planning</p> <p><b>Mise en pratique</b> Travail sur son projet personnel Réalisation d'une ambiance couleur et déclinaison signalétique, affichage, publicité... Training merchandising : Entraînement à la mise en valeur de ses produits Créations de vitrines</p>
<b>DUREE</b>	3 jours - 24 heures
<b>PROFIL DES INTERVENANTS</b>	Formateurs experts
<b>EVALUATION</b>	Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie
<b>NOMBRE DE PARTICIPANTS</b>	1 à 5
<b>DATE</b>	Voir convention de formation
<b>LIEU</b>	INTRA-ENTREPRISE
<b>MOYEN PEDAGOGIQUE</b>	Exposés théoriques, exemples concrets et étude de cas permettent aux stagiaires de s'approprier les principes et méthodes du merchandising.
<b>COUT DE FORMATION</b>	Voir convention de formation
<b>FORMALISATION A L'ISSU DE LA FORMATION</b>	Attestation de fin de stage