

Merchandising initiation

 Durée	2 Jours - (16 Heures)	 Modalité d'accès	QCM de début de stage
 Pré-requis	Bonne organisation, aptitudes manuelles – bon relationnel	 Date	Voir convention
 Public	Vendeurs(ses) et toute personne étant en contact avec la clientèle et désirant s'initier dans la vente.	 Lieu	Voir convention
 Intervenants	Formateur issu du commerce	 Délai d'accès	Définir avec l'entreprise
 Nb participants	1 à 5	 Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap
 Prix	Voir convention	 Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :

Alternance d'apport théorique et d'entraînements. Exemple concret et mise en pratique par les stagiaires sur des cas types et/ou sur des cas typiques de l'entreprise.

Outil pédagogique :

Supports papiers

Évaluation :

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.

Validation :

Attestation de fin de stage

OBJECTIF

Maîtriser le concept du merchandising pour améliorer la visibilité des produits en linéaires au travers d'une argumentation marketing convaincante.

PROGRAMME

JOUR 1 :

Définition et enjeux du merchandising

Les principes fondamentaux du merchandising

- La zone de chalandise
- Le cycle de vie du produit
- L'assortiment
- Définition et description du linéaire de vente

Notions d'élasticité des ventes

- Force et faiblesse
- Les demandes clients
- L'Analyse de la concurrence
- Les techniques d'optimisation appropriées

JOUR 2 :

Contraintes des distributeurs

Fonction du linéaire

- Stockage
- Attraction visuelle

Méthodes et modèles d'allocation

- Les 4 piliers.
- Le double placement
- La tête de gondole

Animation des linéaires : théâtralisation de l'offre

- Connaître les mises en scène qui font vendre
- Animer le rayon et favoriser l'achat d'impulsion