Stratégies avancées de mise en scène commerciale : dynamiser son point de vente et maximiser ses ventes

Durée	3 Jours - (24 Heures)
Pré-requis	Appliquer les bases du merchandising et de la présentation des produits
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés en charge d'un magasin ou d'une vitrine souhaitant dynamiser leur point de vente (commerçants, responsables de boutique)
Intervenants	Formateur issu du commerce
Nb participants	1 à 5
Prix	Sur devis (durée, nombre de participants, lieu) ou voir convention
Financement	OPCO, AGEFICE, FIF PL, FAFCEA ou entreprise, sous réserve de l'accord du financeur
Modalité d'accès	Inscription par téléphone au 01 34 25 80 37, par mail à contact@pyramidia.fr ou via notre formulaire de contact sur notre site internet www.pyramidia.fr
Date	Voir convention
Lieu	Voir convention
Délai d'accès	8 jours à 3 mois entre la demande et le début de la formation
Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap. Référent handicap : Hugo Chaussavoine – contact@pyramidia.fr ou 01 34 25 80 37
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 papier et/ou numérique

Évaluation :
Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec grille d'évaluation d'entrée et grille d'évaluation de sortie.

Validation :
Attestation de fin de formation (formation non certifiante)

OBJECTIF

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Optimiser l'agencement du magasin pour favoriser les ventes additionnelles
- Concevoir des vitrines attractives pour capter une nouvelle clientèle
- Améliorer l'expérience client grâce à un parcours d'achat réfléchi
- Adapter la présentation des produits aux tendances et aux saisons
- Utiliser le storytelling visuel pour renforcer l'identité de marque

PROGRAMME

Jour 1 : Stratégies d'agencement et optimisation de l'espace

Matin (4h) – Comprendre et analyser son espace de vente

- Les principes de base d'un bon agencement : zones chaudes/froides, parcours client, points d'impact
- Identifier les freins et les leviers de vente : analyse des comportements d'achat en magasin
- L'ergonomie et le confort d'achat : hauteur des produits, accessibilité, éclairage, mobilier
- Diagnostic personnalisé : chaque participant analyse son propre magasin

Après-midi (4h) – Optimiser l'aménagement pour booster les ventes

- Méthodes de réorganisation des espaces : techniques de cross-merchandising et d'upselling
- Travail sur la fluidité du parcours client : comment orienter et guider le client naturellement

Atelier pratique : Repenser l'aménagement d'un magasin type avec des plans et mises en situation

Jour 2 : Techniques avancées de merchandising et storytelling visuel

Matin (4h) – Techniques avancées de merchandising

- Les 5 règles d'or du merchandising : lisibilité, attractivité, rentabilité, cohérence et storytelling
- Travail sur les assortiments et l'implantation :
  - Comment mettre en valeur les produits phares et les nouveautés
  - Gestion des gammes, mise en avant des produits complémentaires
- Le merchandising sensoriel : une expérience client immersive
  - Couleurs, matières et éclairages pour renforcer l'impact visuel
  - Ambiance sonore et olfactive : comment influencer les émotions d'achat

Après-midi (4h) – Storytelling et mise en scène des produits

- Créer un univers unique et cohérent avec son image de marque
- Utilisation du storytelling pour capter l'attention : scénarisation des mises en avant
- Étude de tendances et inspirations : cas concrets et bonnes pratiques

Atelier pratique : Élaboration d'un mini-projet merchandising pour leur magasin

Jour 3 : Vitrines dynamiques et attractives pour capter une nouvelle clientèle

Matin (4h) – Conception d'une vitrine impactante

- Les éléments clés d'une vitrine réussie : structure, harmonie, storytelling
- Les techniques pour attirer l'œil et se démarquer : couleur, contraste, mouvement
- Le rythme des renouvellements de vitrine : quand et comment les changer
- Les erreurs à éviter et bonnes pratiques à adopter

Après-midi (4h) – Atelier pratique et mise en situation

- Création d'un concept de vitrine personnalisé pour chaque participant
- Mise en situation avec des tests d'agencement en conditions réelles
- Analyse et ajustements des propositions avec feedback collectif
- Synthèse et conseils personnalisés pour une mise en œuvre immédiate