Optimiser les ventes en période de soldes et promotions

Durée	2 Jours - (16 Heures)
Pré-requis	Aucun
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés du commerce en charge de la vente (commerçants, responsables de magasin, vendeurs, indépendants)
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. Mise en pratique par les stagiaires sur des cas types et/ou sur des cas typiques de l'entreprise. Jeux de rôles et mises en situation.

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 de sortie + Évaluation de la satisfaction du stagiaire par un questionnaire.

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

OBJECTIF

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

- Identifier les enjeux commerciaux des périodes de soldes et de promotions
- Préparer et structurer une stratégie commerciale performante
- Optimiser la mise en avant des produits et les techniques de vente

PROGRAMME

JOUR 1 :

Comprendre les enjeux des soldes et promotions

- Cadre réglementaire des soldes et promotions.
- Comportement d'achat des consommateurs en période promotionnelle.
- Différences entre soldes, promotions, ventes privées et déstockage.
- Objectifs commerciaux : volume, marge, rotation des stocks.
- Analyse des performances passées (chiffre d'affaires, panier moyen, taux de transformation).

Atelier : diagnostic de son point de vente ou de son activité commerciale.

JOUR 2 :

Préparer et dynamiser l'offre commerciale

- Sélection des produits à solder ou promouvoir.
- Construction d'offres attractives et rentables.
- Techniques de merchandising spécifiques aux soldes :
  - Mise en avant visuelle des promotions
  - Signalétique efficace
  - Organisation des zones chaudes et froides
- Techniques de pricing psychologique.
- Gestion des stocks et anticipation des ruptures.

Atelier : création d'un plan d'animation commerciale spécial soldes.