Merchandising perfectionnement

Durée	2 Jours - (16 Heures)
Pré-requis	Avoir suivi la formation Merchandising initiation ou en appliquer les bases
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés en charge d'un magasin (responsables de magasin, vendeurs)
Intervenants	Formateur issu du commerce et du marketing
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 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 :

- Appliquer les techniques du merchandising qualitatif et quantitatif
- Mobiliser les équipes de vente grâce aux techniques du merchandising sur le point de vente

PROGRAMME

JOUR 1 :

Le Benchmarking

- L'intérêt du benchmarking pour l'approche qualitative.
- Les méthodologies benchmarking.
- Les grilles d'analyse du point de vente.

Merchandising et outils

- Le positionnement des enseignes
- Techniques de merchandising qualitatives et quantitatives
- Le merchandising de gestion
- Techniques informatiques (CAO - DAO - PAO)

JOUR 2 :

L'optimisation de l'offre en linéaire

- L'optimisation de la structure du linéaire
- L'utilisation des logiciels d'implantation
- Créer des supports PLV, affiches couleurs, stylisme

L'implantation des familles de produits

- Le calcul des facings
- La conséquence de la détermination des facings

Le merchandising opérationnel

- L'industriel doit effectuer des diagnostics, pourquoi ?
- Le diagnostic du rayon ou de la catégorie
- L'élaboration d'un dossier merchandising