Étalagiste : optimiser sa vitrine perfectionnement

Durée	2 Jours - (16 Heures)
Pré-requis	Avoir suivi la formation Étalagiste initiation ou en appliquer les bases
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés de la boulangerie, de la pâtisserie et de la chocolaterie (artisans, chefs de rayon, équipes de vente)
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. Exemples concrets et étude de cas permettent aux stagiaires de s'approprier les principes et méthodes de présentation et mise en valeur

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 :

- Concevoir un concept de communication commerciale et artistique pour sa vitrine
- Optimiser sa vitrine pour attirer le client et lui donner envie d'entrer et d'acheter

PROGRAMME

JOUR 1 :

La vitrine 1er outil de communication

- Mettre au point une stratégie de communication à travers la vitrine
- Approfondir les fondamentaux (composition : savoir créer un point d'intérêt, couleurs : savoir les sélectionner/ les associer, rotation et
- Apporter des techniques de présentations pertinentes et proposer des thématiques dans le but de séduire la clientèle.

La politique de la marque

- Les architectures de la marque : relations entre marque et produits
- Travailler sur les thèmes en tenant compte des impératifs commerciaux et des moyens techniques utilisés en décoration

JOUR 2 :

Les facteurs clés du succès

- Définir son positionnement commercial (stratégie, tendance, concurrence).
- L'évolution des tendances (décoration, architectures, mode)
- L'importance d'un visuel
- Donner vie aux choses pour que la clientèle s'identifie à ce qu'ils voient
- La petite touche qui provoquera le déclic dans la tête du passant.

La communication

- Travail de réflexion et de création à effectuer en amont
- S'inspirer de ses expériences (observer les gens, leur look pour créer et rassembler les différentes pièces du puzzle)