



## Règles de merchandising

### Objectifs de la formation :

- Comprendre les enjeux et les intérêts du merchandising dans la vente de produits ou services
- Maîtriser les techniques opérationnelles de merchandising
- Intégrer le merchandising dans la stratégie commerciale du point de vente



### Public

- **Commerciaux**
- **Responsable marketing**
- **Responsable de magasin**



### Prérequis

Aucun



### Modalités

2 jours en présentiel



### Programme

#### Organiser le merchandising dans le point de vente :

- Concepts et définition et évolution du merchandising
- L'intégration du merchandising dans la stratégie marketing globale
- Les comportements des usagers, consommateurs / clients et leur évolution



### Programme (suite)

- Les aspects juridiques en merchandising

#### Les techniques et méthodes du merchandising :

- L'organisation de l'espace de vente
  - Objectifs marketing et commerciaux
  - Analyses des différents espaces
  - Règles d'organisation d'un PDV
- L'implantation des rayons : les règles et les univers
- Le positionnement et la mise en valeur du mobilier
- L'implantation des produits en rayon : contraintes, organisation et choix
- Les principes fondamentaux de la gestion du rayon
  - Indicateurs de performance
  - Indicateurs d'encombrement
  - Contribution et surface à allouer



## Règles de merchandising

### Moyens pédagogiques :

- Apports théoriques et pratiques
- Réflexions de groupe guidées par l'animateur
- Etudes de cas pratiques
- Sorties sur le terrain, visites de points de vente
- Support de cours formation merchandising



### Validation

- Evaluation sommative : QCM fin de formation
- Evaluation formative : exercices de mise en pratique

### Tarifs

**intra**

Devis

**Inter**

1 150€

### Programme (suite)

#### Réaliser une étude de linéaire et optimiser son facing

- Comprendre la situation du point de vente
- Analyser la situation du point de vente
- Étudier la clientèle et la concurrence
- Proposer un réaménagement
- Maîtriser les différents ratios
- Développer sa rentabilité et rechercher des effets de leviers