



La dynamique promotionnelle du point de vente

Objectifs de la formation

- Se doter d'une vision du merchandising et concevoir les solutions adaptées
- Faire du point de vente un véritable levier de croissance et un lieu de vie
- Construire des solutions merchandising simples et efficaces pour atteindre ses objectifs
- Mettre en scène ses produits pour séduire le shopper et déclencher l'achat
- Utiliser le digital en relais



Public

- Responsable de centre de profit
- Vendeur
- Animateur des ventes

Prérequis

Salarié en poste

Modalités

Durée 3 jours 21h

Programme

- **L'analyse de cadrage**
Analyser les performances actuelles
Identifier les attentes des consommateurs actuels
L'impact des saisonnalités
Cas pratique : audit du point de vente

Programme

- **Les atouts d'un merchandising maîtrisé**

Les stratégies différentes et savoir les combiner

3 types d'approches : combat, marque, catégorielle

Comprendre les flux en magasin

- **Optimiser son offre**

Lecture agile des assortiments

Son positionnement face à la concurrence

Identifier les ratios de performance du linéaire

- **La mise en scène du commerce**

L'expérience du parcours client

Acquérir les règles de présentation attractive



La dynamique promotionnelle du point de vente

Moyens pédagogiques

- Accueil des apprenants dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quiz en salle



Programme (suite)

•La mesure du poids promo

Mesurer le poids mensuel des achats promotionnels

Les plans d'action pour compenser les écarts de rentabilité

La constitution d'un tableau de bord

Création d'historique pour l'avenir

Validation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Formulaires d'évaluation de la formation.
- Certificat de réalisation de l'action de formation.

Tarifs

intra
Devis
10 participants
max

inter
1 790 €