

FORMATION - MERCHANDISING & ASSORTIMENT PRODUITS

Comment rendre une présentation-produits plus attractive et performante ?



Présentiel



16 et 17 mai 2022



2 jours (14h)



Paris



640 € TTC



Public - gestionnaires et responsables de boutique, vendeurs, agents d'accueil



Prérequis - aucun



Contact - Sophie LANGUILLAUME – s.languillaume@popasch.com – 06 83 29 22 94
Référente pour les publics en situation de handicap.



Accessibilité – Nous contacter.

OBJECTIF

Comprendre les grands principes du merchandising visuel, maîtriser la mise en scène des produits et constituer un assortiment-produits performant.

DESCRIPTIF

Le merchandising est défini comme l'ensemble des actions commerciales mises en œuvre en vue d'accroître la rentabilité d'un point de vente. Il a pour objectifs :

- d'attirer l'attention et de la retenir ;
- de donner envie ;
- de faire acheter ;
- de faire revenir.

Cette formation est axée sur la mise en scène des produits et détaille les notions d'identité visuelle, de storytelling, de comportement d'achat, d'organisation de la surface de vente, ainsi que les modes de présentation des produits et la constitution de l'assortiment-produits.

INTERVENANT

Formateur expérimenté en gestion de boutique de site touristique et formé aux techniques du merchandising.

PROGRAMME

I. Appréhender les enjeux d'une boutique de site culturel ou touristique

- Évolution du tourisme
- Rôle et défis d'une boutique
- Storytelling
- Cas pratiques

II. Identité visuelle de la boutique

- Définition et principes créatifs
- Ambiance et signalétique
- Cas pratiques

III. Merchandising d'organisation

- Les 4 domaines du merchandising
- Emplacement de la boutique
- Flux d'entrée / sortie
- Zones chaudes & froides
- Univers
- Mobiliers
- Cas pratiques

IV. Principes visuels

- Règles visuelles
- Impact des mobiliers
- Cas pratiques

V. Combinaisons de produits

- Mise en avant
- Cross-selling
- Cross-merchandising
- Up-selling
- Cas pratiques

VI. Modes de présentation des produits

- Masse
- Linéaire
- Unitaire
- Groupe
- Vrac
- Cas pratiques

VII. Aides à la mise en scène

- Support de présentation
- Décor
- Cas pratiques

VIII. Assortiment

- Segmentation & ciblage
- Positionnement & différenciation
- Modalités d'achat
- Produits prioritaires
- Cas pratiques

IX. Gestion des stocks

- Outils de gestion de stocks
- Démarque
- Inventaire
- Cas pratiques

Moyens pédagogiques

Support de cours – Exercices pratiques (outil MURAL) - Assistance pédagogique assurée par le formateur 1 mois après la formation. Salle de formation équipée d'ordinateurs, vidéoprojecteur, paperboard et connexion Wifi.

Moyens permettant d'apprécier les résultats de l'action

Evaluation de l'action de formation par la remise d'un questionnaire de satisfaction à chaud à l'issue de la formation, puis d'un questionnaire à froid quelques semaines après la formation.

Moyen permettant de suivre l'exécution de l'action

Tours de table effectués en début et en fin de formation.

Evaluation des connaissances via un questionnaire avant et après la formation.

Feuilles de présence signées par chaque stagiaire et le formateur par demi-journée de formation.

A l'issue de la formation : Attestation individuelle de formation.