



APT FORMATION
APPRENDRE POUR TOUS

MERCHANDISING

"Optimiser la mise en valeur de l'offre commerciale grâce au merchandising"



Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux du merchandising dans la performance commerciale.
- Identifier les techniques de mise en avant produit et de valorisation des linéaires.
- Savoir organiser l'espace de vente pour optimiser le parcours client.
- Analyser les performances merchandising grâce aux indicateurs de suivi.
- Mettre en place un plan d'action merchandising adapté à son point de vente.

Durée : 14 heures

Lieu : Dans l'entreprise Ou en distanciel : visioconférence avec cas pratiques interactifs.

Profil des stagiaires :

- Chefs de rayon
- Responsables et adjoints de magasin
- Commerciaux et promoteurs des ventes
- Responsables marketing / trade marketing
- Toute personne impliquée dans la mise en place et la gestion d'un espace de vente.

Pré-requis :

- Connaissance de base de la gestion commerciale ou de la vente.
- Expérience terrain souhaitée (magasin, rayon, grande distribution, commerce spécialisé)

ORGANISATION DE LA FORMATION

Equipe pédagogique

- Formateurs expérimentés

Moyens pédagogiques et techniques

- Exposés théoriques, démonstrations, mises en situation pratiques, études de cas en groupe.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Emargements
- Questions orales et écrites (QCM)
- Mises en situation
- Formulaires d'évaluation de la formation

CONTENU DE LA FORMATION

1. Introduction au merchandising

- Définition, historique et rôle dans la stratégie commerciale
- Place du merchandising dans le mix marketing

2. Les fondamentaux du merchandising

- Merchandising d'organisation (agencement global du magasin)
- Merchandising de séduction (impact visuel et attractivité)
- Merchandising de gestion (optimisation des ventes et rentabilité)

3. L'aménagement de l'espace de vente

- Organisation des zones chaudes et zones froides
- Parcours client et psychologie du consommateur
- Impact de l'éclairage, couleurs, PLV et signalétique

4. La gestion du linéaire

- Notion de facing, implantation, planogramme
- Règles d'or de présentation des produits
- Gestion des familles de produits et cross-merchandising

5. Analyse et performance

- Lecture des indicateurs clés (taux de rotation, panier moyen, rentabilité au m²)
- Méthodes de suivi et de pilotage des actions merchandising

6. Études de cas pratiques

- Conception et analyse d'un planogramme
- Exercices de réimplantation d'un rayon
- Diagnostic merchandising sur exemple concret (magasin / photos)