

Le merchandising point de vente

Pour qui ?

Animateurs des ventes, vendeurs, responsables de caisse, nouveaux collaborateurs.

Objectifs :

Comprendre les concepts clefs du merchandising.
Maîtriser les techniques de présentation produits / promotions.
S'approprier la politique merchandising de l'enseigne.



© Andres Rodriguez / Fotolia

Programme :

1. Appréhender la notion de merchandising

- Comprendre attentes client, exigence du retail et logique de merchandising
- Cerner le rôle et les missions des responsables merchandising
- Intégrer les enjeux du concept de merchandising
- Tenir compte des besoins du consommateur et de la stratégie marketing

2. Connaître les techniques de merchandising

- Maîtriser les techniques d'organisation pour faciliter la recherche des clients
- Segmenter l'offre pour mieux la rationaliser
- Merchandising de séduction, de combat et/ou de gestion
- Plan merchandising, plan de masse et planogramme

3. Segmentation, animation et théâtralisation

- Valorisation zonale d'une gondole
- Les 4 V : Verticalisation, Variation, pas de Vide, Valorisation
- Règles d'implantation des produits et attribution de facings
- Animer le rayon (produit, univers etc.) et favoriser l'achat d'impulsion
- Le double placement : quand et où le préconiser ?

4. Rentabiliser son espace linéaire

- Connaître les ratios merchandising pour analyser la rentabilité commerciale
- Rentabilité et gestion des stocks (rotation d'1 référence, productivité et rentabilité d'un linéaire)
- Mettre en œuvre les actions de merchandising pour «le bon assortiment, la bonne implantation, la bonne quantité, le bon moment avec la bonne information »

Les + pédagogiques :

- Travail de groupe intégrant partage d'expériences, cas concrets, exercices d'arithmétiques commerciales, conception de projets spécifiques et d'argumentaires adaptés.

Commercial, Marketing et
Distribution