

Les techniques de merchandising

Pour qui ?

Equipes merchandising, commerciales et/ou de gestion de linéaires.

Objectifs :

Comprendre les concepts clefs du merchandising.
Définir et mettre en œuvre les actions de merchandising.

Programme :

1. Appréhender la notion de merchandising

- Comprendre exigences du retail, attentes du client et logique de merchandising
- Cerner le rôle et les missions des responsables merchandising
- Intégrer les enjeux de ce 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
- Merchandising de combat, de séduction et/ou de gestion
- Plan merchandising et planogramme
- Appréhender le merchandising de gestion
- Utiliser les techniques de séduction

3. Le dialogue distributeur/fournisseur

- Valorisation zonale d'une gondole
- Règles d'implantation des produits et attribution de facings
- Le double placement : quand et où le préconiser ?
- La notion de fournisseur référent

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 »



© Andres Rodriguez / Fotolia

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