

MERCHANDISING BOUTIQUE

Objectifs de la formation : Analyser et dérouler le « flux client » de l'entrée en magasin jusqu'au passage en caisse : visualiser le sens de circulation. Acquérir les automatismes des 6B : bon produit/bon endroit/bonne quantité / bon moment /bon prix/bonne information. Mettre en scène. Rendre le produit visible au bon moment. Piloter le stock, le réassort, la rotation des linéaires/rayons/portants.



Public visé : Responsable de magasin, personnels de points de vente.



Modalités

Groupe : 8 à 10 personnes maximum.

Attestation : en fin de formation.

Formateurs : Expert et certifié.

Moyens pédagogiques : vidéoprojecteur, ordinateurs portables, Supports de formation.

Délai d'accès : Inscription à distance- Au plus tard 15 Jours avant le démarrage de la session.



Durée : 1 jours – 7 heures en présentiel



Méthodes pédagogiques : Nous alternerons plusieurs méthodes positives mais surtout actives avec des apports techniques, de synthèses, des études de cas, des exercices et des mises en situations.



Modalités Évaluation :

- Une évaluation prédictive de début de formation afin d'évaluer les attentes et connaissances des apprenants pour adapter la formation.
- Des évaluations formatives des acquis en cours, et en fin de formation, Exercices pratiques, études de cas.
- Une évaluation sommative via un questionnaire de satisfaction à la fin de la formation.

PROGRAMME

Les règles de base du merchandising en retail :

- le point de vente et son aménagement
- le linéaire
- le produit (image du produit, services associés, etc.) avec la règle des 6B.
- la vitrine : la règle de « 3 »

Intégrer l'expérience client dans son point de vente

- Choisir les éléments visuels qui mettront en valeur votre produit
- Faire "vivre une expérience de marque" inoubliable au client
- Présenter les produits selon les règles de base
- Apporter et/ou rappeler le service de l'enseigne

Organiser son point de vente :

- Attractivité, confort, signalétique, largeur des allées
- Principe de la pyramide dans les linéaires : place attribuée à chaque catégorie de produits, agencement des références à l'intérieur d'une catégorie, etc.
- Trouver l'équilibre visuel de votre point de vente (nb de produit sortis max/promotion/etc...)
- Utilisation des thématiques
- Trouver votre point de convergence
- Afficher les prix
- Soigner sa vitrine

Piloter le stock et optimiser le réassort :

- Définir le stock optimal par référence
- Identifier les références majeures prioritaires
- Anticiper les ventes et le réassort produit : calcul des rotations produit
- Mettre en avant les produits au bon moment et anticiper leurs stocks : rotation lentes, nouveautés, références majeures, etc

NOUS CONTACTER



contact@idepro formation.com



06 92 61 53 28
02 62 92 06 91



idepro formation.com