

Contexte : Un véritable metteur en scène, en charge de la mise en place des produits, en rayon ou en vitrine, de la théâtralisation afin de les rendre attrayants.

Objectifs de Formation

Accroître la rentabilité du point de vente et écouler les produits en adaptant son assortiment aux besoins des clients.

Objectifs Pédagogiques

Être capable de :

- Découvrir les bases du merchandising et les enjeux
- Appliquer sur le terrain le merchandising.
- Faciliter et optimiser les tâches d'une implantation.
- Identifier la méthodologie d'une implantation.
- Capter l'attention du client par le visuel

Modalités d'organisation

Modalités et délais d'accès

Possibilité de s'inscrire jusqu'à 48 heures avant le début de la formation via le site web, par mail et par contact téléphonique.

Un entretien préalable par téléphone permettra de vérifier les prérequis et d'échanger avec le commanditaire et/ou le participant sur son projet.

Méthodes mobilisées

EN PRESENTIEL ou EN DISTANCIEL

Apports andragogiques,
Visioconférence ou en classe virtuelle, via Zoom.
Exposés théoriques en synchrone par partage d'écran
Supports de formation en multimédia (Powerpoint)

Intervenant :

ONESTAS Brice – Expert en management d'équipe de 21 ans au sein de la holding GBH ; Formateur Professionnel d'Adultes. Coach de vie.

Sanction :

Attestation de fin de formation + Certificat de réalisation

Moyens techniques

- EN FOAD :

Plateforme en ligne avec accès aux supports pédagogiques, à la suite de la formation.

Assistance technique assurée par téléphone et par mail en synchrone.

- EN PRÉSENTIEL :

Les moyens pédagogiques et les méthodes andragogiques utilisées sont principalement : documentation et support de formation.

Salle équipée : paper-board, vidéoprojecteur, accès internet

Ordinateur avec connexion wifi, appartenant au participant.

Modalités d'évaluation

Feuille de présence signée à distance ou par demi-journée

Questions orales ou écrites (QCM)

Quizz, mises en situation, partage d'expérience.

Formulaires d'évaluation de la formation par le stagiaire.

Entretien oral de bilan de fin de formation avec le formateur.



Public visé : Toutes personnes ayant la fibre commerciale, la créativité et le sens de l'esthétique.



Prérequis : Ne nécessite pas de prérequis



Durée : 450h en présentiel / 280h de pratique en entreprise.



Tarif : 2890€ HT/inscrit

Contenus

Marketing et merchandising

Objectif et rôle du merchandising
Le book merchandising
Marketing et marketing sensoriel
Optimisation des ventes
Argumentation et techniques commerciales

L'espace de vente

Typologie des points de vente / Implantation du point de vente
PLV (Publicité sur Lieu de Vente) / CLV (Communication sur Lieux de Vente)
OP (Opération Commerciale)
ILV (Information sur Lieu de Vente)
Podium d'animation, scénographie, étalages
Conduite de chantier
Les produits : textiles, rigides, food
Techniques et choix de présentations supports
Électricité et éclairage

La vitrine

Types de structures / Types de vitrine / Types de présentation
Organisation de l'espace
Couleurs et contrastes / Les matériaux
Le décor
Le terrain
Les présentations
La pose des produits
Électricité et éclairage



Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Personnes en situation de handicap, merci de nous consulter. Nous adapterons nos moyens en fonction de vos besoins :

Contact :

Nom & Prénom :

Téléphone :

Mail :