

**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 :