



S'APPROPRIER LE CONCEPT DU MERCHANDISING

Programme conçu selon les exigences du Référentiel National Qualité (RNQ)

OBJECTIF GENERAL DE LA FORMATION

Permettre aux professionnels de la vente de s'approprier les méthodes et outils du merchandising afin de traduire la stratégie commerciale de l'entreprise sur le point de vente.

1. INFORMATIONS GENERALES

Professionnels du secteur de la vente et du commerce

Porteurs de projet en création ou reprise d'établissement

Salariés en reconversion vers les métiers du commerce

Durée : 14 heures (2 jours) – Formation réalisée en présentiel

Lieu : Intra ou inter-entreprise

Accessibilité : Formation accessible aux personnes en situation de handicap. SMART AND COM FORMATION étudie l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap. Contact référent handicap : 06 76 89 97 19

Tarif : Sur devis personnalisé

Formateur : Formateur expert validé par le service pédagogique, disposant d'une expérience significative dans le domaine du merchandising et de la vente.

2. OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Valoriser les produits en magasin

Maîtriser l'implantation des produits selon la méthode des 5B

Optimiser l'agencement des linéaires

Comprendre les comportements d'achat

Adapter les techniques de vente

Mettre en place des procédures de contrôle

3. PUBLIC ET PREREQUIS

PUBLIC CONCERNE

Professionnels de la vente et du commerce

Salariés en poste

Salariés en reconversion

SMART & COM FORMATION

PREREQUIS

Maîtrise suffisante du français (oral et écrit)

Être en situation professionnelle dans le secteur de la vente ou disposer d'un projet professionnel

Ces prérequis sont vérifiés lors de l'analyse des besoins en amont de la contractualisation.

4. PROGRAMME DETAILLE

FONDAMENTAUX DU MERCHANDISING

Définir le merchandising

Identifier les techniques d'implantation

Analyse de cas réels

VALORISATION DES PRODUITS

Optimisation des linéaires

Utilisation des couleurs et visuels

Agencement du point de vente

COMPORTEMENTS D'ACHAT

Analyse des besoins clients

Compréhension des motivations d'achat

TECHNIQUES DE VENTE

Communication commerciale

Écoute active

Techniques de persuasion

CONTROLE ET SUIVI

Mesure de l'impact sur le chiffre d'affaires

Ajustement des stratégies

5. MOYENS PEDAGOGIQUES

Supports pédagogiques

Études de cas

Mises en situation

Alternance d'apports théoriques et pratiques



6. EVALUATION

En amont : Questionnaire de positionnement

En cours de formation : Observation lors des mises en situation

En fin de formation :

Maîtrise des techniques

Qualité de la mise en place

Pertinence des stratégies

Remise d'une attestation de fin de formation conformément à l'article L.6353-1 du Code du travail.

7. MODALITES D'INSCRIPTION ET D'ACCES

La formation est dispensée en présentiel.

Après analyse des besoins et validation du projet de formation, l'entrée en formation peut être réalisée dans un délai maximum de 3 mois après contractualisation.

Cette analyse est réalisée à l'aide d'une fiche de renseignement et d'une fiche de traçabilité des besoins complétées en amont de la contractualisation.

Les modalités d'accès sont formalisées par la contractualisation (convention ou contrat de formation).

8. SUIVI ET TRACABILITE

Questionnaire de positionnement

Feuilles d'émargement

Fiche d'évaluation des acquis

Questionnaire de satisfaction

Attestation de fin de formation

9. CONFORMITE AU REFERENTIEL QUALIOP

Analyse des besoins réalisée en amont de la formation

Mise en œuvre de moyens pédagogiques adaptés

Suivi et évaluation des acquis

Traitement des retours et réclamations