

# Merchandising

*Le merchandising de l'offre a pour but de garantir la meilleure visibilité des produits sur le canal de vente. Il vise à conduire le consommateur à l'acte d'achat en générant du trafic et de l'animation sur le lieu de vente et dans le linéaire. Au final, il a pour double enjeu d'augmenter la satisfaction du client et la valeur pour l'entreprise.*

**Durée :** 14.00 heures (2.00 jours)

## Profils des stagiaires

- Chef d'entreprise
- Salarié
- Responsable de l'image de la marque, du marketing, ect

## Prérequis

- Avoir un point de vente

## Objectifs pédagogiques

- Optimiser son espace de vente par la mise en valeur des produits
- Comprendre les enjeux et les intérêts du merchandising, maîtriser les techniques opérationnelles
- Intégrer le merchandising comme un des éléments de marketing mix du point de vente

## Contenu de la formation

- Définir le merchandising
  - Définition
  - Pourquoi entamer une démarche merchandising ?
  - Quels en sont les critères déterminants et les avantages ?
- Les fondamentaux du merchandising
  - Le rôle du merchandising dans l'aménagement commercial
  - Les 4 axes du merchandising et leur développement
  - Le merchandising émotionnel et sensoriel, les tendances actuelles
  - L'audit point de vente
- Différencier les bases de données
  - Les études consommateurs
  - Les données quantitatives et qualitatives

SASU OFCA

Centre d'affaires Alizés, 22 rue de la Rigourdière CESSON-SÉVIGNÉ 35510

SASU au capital de 100 € | Numéro SIRET : 842 840 100 000 15 | Numéro de déclaration d'activité : 533 510 356 35 (Rennes)

Email : [contact@ofca.fr](mailto:contact@ofca.fr) | [www.ofca.fr](http://www.ofca.fr)

- La fonction globalisante du merchandising
  - L'élaboration du projet et la connaissance des données fondatrices de l'entreprise (valeurs, image de marque, politique commerciale)
  - L'importance de la stratégie de développement
  - La gestion des interactions avec les autres services de l'entreprise
  - L'interprétation de données chiffrées
  - Les différents univers produits et leur région
- Expérimenter la théâtralisation de l'offre
  - Aspect et importance du mobilier dans la théâtralisation de l'offre
  - Exemples et étude de cas concret
- Mesurer les performances
  - Les ratios de performances
  - Leur signification et usage
  - Définir et créer un tableau de bord merchandising

## Organisation de la formation

### Équipe pédagogique

L'ensemble de nos formateurs nous garantit de bénéficier du sens de la pédagogie, s'informer sur les nouvelles réglementations, varier les outils pédagogiques, avoir les agréments leur permettant de dispenser cette formation.

### Moyens pédagogiques et techniques

- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Étude de cas concrets
- Quiz en salle
- Mise à disposition de documents supports à la suite de la formation.

### Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.

SASU OFCA

Centre d'affaires Alizés, 22 rue de la Rigourdière CESSON-SÉVIGNÉ 35510

SASU au capital de 100 € | Numéro SIRET : 842 840 100 000 15 | Numéro de déclaration d'activité : 533 510 356 35 (Rennes)

Email : [contact@ofca.fr](mailto:contact@ofca.fr) | [www.ofca.fr](http://www.ofca.fr)