

Optimiser son rayon grâce au merchandising

DATES DE FORMATION :

Session de formation

A définir

DURÉE DE LA FORMATION

14 heures (2 jours)

Présentiel dans les locaux
DISTRICOM

MODALITÉS D'ACCÈS :

Inter-entreprise / Inscription
individuelle

Intra-entreprise (1 entreprise
SIREN identique)

L'accès à cette formation se fait sur
simple inscription

DÉLAIS D'ACCÈS :

Maximum 72H avant le démarrage
du dispositif

CAPACITÉ D'ACCEUIL :

En INTER : Minimum 6 personnes
et 12 personnes
En INTRA : A définir sur demande

FINANCEMENT

Plan de développement des
compétences / Financement
individuel

COÛT DE LA FORMATION

INTER : 300€/jour/personne
INTRA : Devis sur demande

ACCESSIBILITE

Formation accessible aux
personnes en situation de
handicap.



PRE REQUIS

Aucun prérequis en dehors des
caractéristiques du public à
former.

PUBLIC A FORMER

Toute personne salariée ayant à
recevoir des clients sur une surface de
vente pour assurer une relation et/ou
une vente de produits et/ou de
services

OBJECTIFS DE FORMATION

A l'issue de la formation, les apprenants doivent être capable de :

Réaliser des implantations et des opérations commerciales en respectant la réglementation et les bonnes pratiques du merchandising.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

1. Lister les règles d'implantation des produits en rayon selon les différents critères de choix (marges, MDD...).
2. Prévoir des opérations commerciales en magasin en réalisant des mises en valeurs produits (têtes de gondoles, théâtralisation...).
3. Identifier et afficher les différents types de visuels réglementaires et publicitaires (ILV, PLV...)
4. Planifier les actions à mettre en œuvre pour réaliser une implantation, un réassort ou une théâtralisation.

PROGRAMME DÉTAILLÉ DE LA FORMATION

En amont de la formation : recueil des besoins et des attentes des participants

Profil professionnel (Poste, ancienneté et expérience professionnelle)

Compétences acquises et à acquérir et/ou à renforcer

Module 1 - L'implantation en rayon

Notions de merchandising

Critères de choix pour l'implantation des produits en rayon (marges, MDD, rotation des stocks, etc.)

Organisation de l'espace en rayon

Gestion des linéaires et des facing

Optimisation de l'emplacement des produits en fonction des objectifs commerciaux

Planification et organisation des implantations

Communication réglementaire et promotionnelle

Module 2 - Les opération commerciales en magasin

Têtes de gondoles : définition, objectifs, et types

Théâtralisation en magasin

Planification des opérations commerciales

Mise en place des éléments visuels pour la mise en valeur des produits



Chargée de développement

Manon BISSON

06 90 48 32 27

Mb.districtformation@gmail.com

LIEU DE FORMATION

DISTRICOM FORMATION

immeuble Palmeraie

1^{er} et 2^{ème} étage

97122 BAIE-MAHAULT

0590 25 32 43

info@districtformation.com

www.districtformation.com

Horaires d'ouverture

Du lundi au vendredi

7h00 à 16h



**DISTRICOM
FORMATION**



MÉTHODE ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Méthodes pédagogiques actives prenant appui sur les compétences professionnelles
- Pédagogie innovante par les applications, mises en situations professionnelles, jeux de rôles...
- Connexion Internet haut débit, écrans interactifs, salles de formation
- Accompagnement et suivis individualisés sur l'ensemble du parcours de formation
- Équipe pédagogique composée de professionnels de la distribution et de la vente.

DÉMARCHE D'ANALYSE DU BESOIN

Un questionnaire est envoyé une à deux semaines avant la formation aux équipes qui suivront la formation pour recueillir les pré-acquis, les attentes et les besoins exprimés pour adapter le contenu de la formation.

VALIDATION ET SANCTION

A l'issue du parcours, une attestation de fin de formation intitulée « Optimiser son rayon grâce au merchandising » mentionnant les objectifs, la nature, la durée de la formation et les résultats de l'évaluation des acquis sera remise aux participants.

DISPOSITIF D'ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Évaluation de positionnement

Avant la formation, pour recueillir les pré-acquis, les besoins et les attentes des participants sous la forme d'un questionnaire en ligne pour adapter la formation.

Évaluation formative

Tout au long de la formation, l'intervenant valide les différentes étapes de la formation (QCM, échanges) pour s'assurer de l'acquisition des objectifs pédagogiques.

Cette évaluation continue permettra d'identifier les acquis.

Évaluation de la satisfaction

A la fin de la formation, les participants remplissent un questionnaire de satisfaction du dispositif dans lequel ils évaluent la qualité et l'utilité de la formation reçue

Évaluation à froid

Un questionnaire d'enquête est diffusé 3 mois après la fin de la formation afin de mesurer l'impact de la formation sur les pratiques des participants.

EURL - CODE NAF 8559A - SIRET 75163954300048 - OF 95 97 01764 97

Immeuble de la Palmeraie

Moudong Nord - 97 122 BAIE - MAHAULT

Tél : 05 90 25 32 43 - E-mail : info@districtformation.com