



**PROGRAMME DE FORMATION  
INITIATION MERCHANDISING**

<b>OBJECTIFS</b>	<p>Connaître les fondamentaux du merchandising. Maîtriser les techniques opérationnelles depuis l'étude de marché jusqu'à l'implantation des produits. Améliorer la rentabilité du rayon par l'implantation des produits.</p>
<b>PRE-REQUIS</b>	Cette formation ne nécessite pas de prérequis
<b>MODALITES D'ACCES A LA FORMATION</b>	Aucun
<b>PROGRAMME DE FORMATION</b>	<p><u>Jour 1 :</u></p> <p><b>INTRODUCTION AU MERCHANDISING</b> Les origines L'évolution du commerce L'évolution du consommateur La place du produit</p> <p><b>L'IMPORTANCE DU MERCHANDISING POUR LES FORCES COMMERCIALES</b> La définition du merchandising Le merchandising vu par le distributeur Le merchandising vu par le fournisseur</p> <p><b>LA NOTION DE MARCHÉ</b> Les différents types de marché</p> <p><b>LE POINT DE VENTE</b> La zone de chalandise du point de vente L'étude de marché Caractéristiques du point de vente Connaissance de la concurrence Étude de la clientèle Détermination du marché potentiel La politique commerciale du point de vente</p> <p><u>Jour 2 :</u></p> <p><b>L'ASSORTIMENT</b> Les différentes sortes d'assortiment Les différentes catégories de produits Méthode de construction de l'assortiment d'une famille de produits</p>



	<p><b>L'IMPLANTATION D'UNE SURFACE DE VENTE</b>  L'environnement d'une surface de vente  L'organisation d'une surface de vente  Allocation des surfaces des rayons  Notion d'élasticité des ventes dans un linéaire</p> <p><b>LE RAYON</b>  Règles d'implantation des produits  Le merchandising : amélioration de la rentabilité  Éléments de base de calculs de rentabilité  Les ratios du merchandising</p> <p><b>LE PROMOTIONNEL</b>  L'implantation de la promotion  Le planning promotionnel dans la saisonnalité  La PLV et l'ILV</p>
<b>DUREE</b>	2 jours – 14 heures
<b>PROFIL DES INTERVENANTS</b>	Formateurs experts
<b>EVALUATION</b>	Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie
<b>NOMBRE DE PARTICIPANTS</b>	1 à 5
<b>DATE</b>	Voir convention de formation
<b>LIEU</b>	INTRA-ENTREPRISE
<b>MOYEN PEDAGOGIQUE</b>	Exposés théoriques, exemples concrets et étude de cas permettent aux stagiaires de s'approprier les principes et méthodes du merchandising.
<b>COUT DE FORMATION</b>	Voir convention de formation
<b>FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION</b>	Attestation de fin de stage