



**PROGRAMME DE FORMATION
INITIATION MERCHANDISING**

OBJECTIFS	<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>
PRE-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis
MODALITES D'ACCES A LA FORMATION	Aucun
PROGRAMME DE FORMATION	<p><u>Jour 1 :</u></p> <p>INTRODUCTION AU MERCHANDISING Les origines L'évolution du commerce L'évolution du consommateur La place du produit</p> <p>L'IMPORTANCE DU MERCHANDISING POUR LES FORCES COMMERCIALES La définition du merchandising Le merchandising vu par le distributeur Le merchandising vu par le fournisseur</p> <p>LA NOTION DE MARCHÉ Les différents types de marché</p> <p>LE POINT DE VENTE 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>L'ASSORTIMENT Les différentes sortes d'assortiment Les différentes catégories de produits Méthode de construction de l'assortiment d'une famille de produits</p>



	<p>L'IMPLANTATION D'UNE SURFACE DE VENTE 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>LE RAYON Règles d'implantation des produits Le merchandising : amélioration de la rentabilité Éléments de base de calculs de rentabilité Les ratios du merchandising</p> <p>LE PROMOTIONNEL L'implantation de la promotion Le planning promotionnel dans la saisonnalité La PLV et l'ILV</p>
DUREE	2 jours – 14 heures
PROFIL DES INTERVENANTS	Formateurs experts
EVALUATION	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
NOMBRE DE PARTICIPANTS	1 à 5
DATE	Voir convention de formation
LIEU	INTRA-ENTREPRISE
MOYEN PEDAGOGIQUE	Exposés théoriques, exemples concrets et étude de cas permettent aux stagiaires de s'approprier les principes et méthodes du merchandising.
COUT DE FORMATION	Voir convention de formation
FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION	Attestation de fin de stage