Laho
TERRE DE FORMATIONS
CCI HAUTS-DE-FRANCE

COMMERCE, ACHATS ET MARKETING

FORMATION INTRA

2 jours

Augmenter l'efficacité de votre lieu de vente grâce aux techniques de merchandising

1560 € net de taxe par jour

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Intégrer et s'approprier les techniques du merchandising pour attirer et séduire le client
- Adapter la mise en œuvre de vos techniques en intégrant la spécificité de chaque commerce
- Mettre en scène et valoriser votre offre pour provoquer l'achat
- Fidéliser vos clients et en conquérir de nouveaux

PUBLIC VISÉ

Tout public

PRÉ-REQUIS

Sans niveau spécifique

AIDES AU FINANCEMENT **

Cap Emploi
Opérateurs de Compétences (OPCO)
France Travail
Entreprise

*** sous conditions*

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

100 % présentiel
Mix-learning

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Mise en situation
Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Processus d'évaluation des acquis tout au long de la formation
Evaluation de fin de formation individuelle par le formateur

MODALITÉS D'ACCÈS

Demande de devis

ACCESSIBILITÉ ET HANDICAP

Contactez-nous

98%
Taux de satisfaction en 2025

Document généré le 01/11/2026

Retrouvez toutes les informations sur
laho-formation.fr
N° Vert 0 805 384 384

FORMATION INTRA

Augmenter l'efficacité de votre lieu de vente grâce aux techniques de merchandising

2 jours

PROGRAMME DE LA FORMATION

Découpage par demi-journée :

1. Comprendre les comportements d'achats

Les nouveaux comportements d'achats

- La typologie des clients et les nouvelles attentes des clients
- Etude de sa propre clientèle
- Les différents types d'achat

Qu'est-ce que le merchandising

- Le merchandising : facteur de compétitivité
- Ses enjeux dans la vente de produits et de services
- Comment le merchandising peut m'aider à exprimer mon positionnement ?

2. L'attractivité du point de vente

- L'extérieur du point de vente : quelles sont les clés d'une façade et d'une vitrine efficace ?
- L'intérieur du point de vente : comprendre l'organisation du parcours d'achat et élaborer un plan d'implantation structuré et efficace
- Comment positionner les aménagements et le mobilier de présentation

3. Comment séduire le client

Donner envie d'acheter

- Créer un impact visuel attrayant avec un thème fort original et cohérent
- Les différentes techniques de présentation en fonction du produit du message commercial et de la saisonnalité
- La théâtralisation
- La qualité de l'éclairage

Informer et guider le client : le merchandising de communication

- Aider le client à se repérer à choisir...
- Décryptage des différents moyens de communication sur le lieu de vente
- Communiquer un message commercial

4. La mise en place des opérations commerciales

- L'organisation de la mise en place des opérations commerciales
- L'implantation des produits promotionnés
- Le débrief des opérations commerciales (qualitatif-quantitatif)
- La communication des opérations commerciales
- La communication papier
- La communication internet
- Les réseaux sociaux