



## FORMATION INTRA

2 jours

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

à partir de 2900 € net de taxe par participant

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Intégrer et s'approprier les techniques du merchandising pour attirer et séduire le client.
- Adapter la mise en œuvre de ses techniques en intégrant la spécificité de chaque commerce (positionnement, cible clients, offre produits et services, environnement commercial, ...).
- Mettre en scène et valoriser son offre pour provoquer l'achat.
- Fidéliser ses clients et en conquérir de nouveaux.

### PUBLIC VISÉ

Tout public

### PRÉ-REQUIS

Aucun pré-requis

### AIDES AU FINANCEMENT \*\*

Cap Emploi  
Entreprise  
Opérateurs de Compétences (OPCO)  
France Travail

\*\* 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

Retrouvez toutes les informations sur  
[laho-formation.fr](https://laho-formation.fr)

 N° Vert 0 805 384 384



# 89,31%

DE TAUX DE SATISFACTION  
LAHO FORMATION

## 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

Informé 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

