

## PARTICIPANT(S) :

Tout collaborateur amené à mettre en scène des produits sur le point de vente.

## ORGANISATION :

**Durée :** 14 heures

**Lieux :** Campus du lac ou  
Campus de Libourne

## INTERVENANT(S) :

Formateur expert dans la scénographie produits et le merchandising.

## VALIDATION DE LA FORMATION :

L'intervenant mesurera, tout au long de la formation, l'acquisition des connaissances des participants à travers la mise en place de situation in situ.

Délivrance d'une attestation de formation conforme à la législation en vigueur.

Un support de cours sera remis à chaque participant.

### CAMPUS DU LAC

N° SIRET 410 581 102 00010  
Code APE-NAF 8542Z  
N° Existence 7233 042 4333

### Site de Bordeaux

10 rue René Cassin – CS 31996 –  
33071 Bordeaux Cedex  
Tél. 05 56 79 52 00  
campus@formation-lac.com

### Site de Libourne

33 rue Max Linder  
33504 Libourne Cedex  
Tél : 05 56 79 52 00  
campus@formation-lac.com

## OBJECTIFS

### **Nature de l'action : Acquisition de compétences**

- Connaître et s'entraîner aux différentes étapes d'une vente
- Connaître les produits
- Acquérir des outils et techniques efficaces pour convaincre le client

## MÉTHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Etude de cas, store check, intervention d'Experts métiers "Merchandising", exercices et mises en application, magasin d'application

## CONTENU DU PROGRAMME

### **LE SENS DE CIRCULATION DU POINT DE VENTE**

L'analyse du plan d'un magasin et des sens de circulation  
L'analyse du comportement du consommateur en point de vente  
Les zones chaudes / les zones froides de la boutique

### **LES OUTILS POUR VENDRE**

La vitrine  
La signalétique/information : PLV/ ILV/ Affichage prix  
Les packagings  
Les mobiliers muraux, les îlots/mobiliers centraux/display  
L'espace caisse  
L'éclairage

### **LES ARTICLES ET LEUR MERCHANDISING**

Les thématiques de produits  
L'accessibilité au produit  
Les mises en scènes et théâtralisation de l'offre produit

### **UN POINT DE VENTE QUI COMMUNIQUE : COMMENT OPTIMISER LA COMMUNICATION ET SA VISIBILITE**

Du magasin réel au magasin virtuel (les outils de communication)  
La scénographie  
La théâtralisation  
Les vitrines de la composition à la thématique

### **ATELIER PRATIQUE**

Chaque participant analysera l'existant de son point de vente et travaillera sur des propositions de modifications.  
Cela pourra se faire d'après des photos portées par chaque participant.

### **L'analyse des techniques de présentation en place :**

La préparation de l'espace, l'implantation du mobilier, la sélection des produits, les éléments complémentaires, l'installation des produits en 6 règles

### **L'analyse de l'extérieur et de l'entrée de la boutique :**

Les scénographies vitrines, les produits d'appel en entrée de magasin

### **L'analyse de l'intérieur de la boutique :**

Les tables centrales, les étagères murales, les autres supports de présentations