

Intitulé du module : MERCHANTISING / MARCHANDISAGE

Module : MERCHANTISING / MARCHANDISAGE

Contenu du programme

Première journée

Partie une

Situer et organiser le merchandising dans le point de vente Intégrer le merchandising en fonction de la stratégie commerciale globale de l'entreprise

Connaitre les différents positionnements de marques et de gammes Le squelette et sa construction

Savoir identifier les looks et les replacer dans des univers de marques, de créateurs, de collections

Intégrer l'approche des personas

Apprendre à mettre en valeurs des produits issues des iconiques de la mode et les associer avec d'autres univers Théâtraliser et créer des silhouettes en mixant des segments différents pour leur donner un positionnement - Le Merchandising d'accessoires

Ateliers et mises en pratiques

Partie deux

Les intemporels dans un merchandising féminin-masculin et enfant appliqués à l'univers chaussures

Les mises en avant - tables - contenants - vitrines et mannequins

Savoir décrypter et analyser ma clientèle

Savoir théâtraliser et oser développer ses idées Le savoir théâtraliser et associer

Comment organiser et faire évoluer l'aménagement de son point de vente en fonction des nouvelles collections, des partenariats, des objectifs marketing et commerciaux

L'implantation des nouvelles collections en magasin : contraintes, organisation et choix de la mise en place

Identifier les règles et les univers de l'implantation, focus sur les principes fondamentaux de la gestion des rayons

Réaliser un merchandising de séduction en fonction des règles de merchandising, et l'adapter à son image et à sa cible Indicateurs de performance, contribution et surface à allouer Maitriser la connaissance des produits (best-seller, nouveautés et tendances...) afin de mettre en avant les offres clés. Utiliser le tableau de bord du suivi ventes versus vers les achats et les approvisionnements et les autres services concernés

Atelier et mises en pratique

Objectifs pédagogiques

- Concevoir et réaliser la décoration et l'aménagement des espaces liés à la vente pour valoriser les produits « chaussures » Enrichir ses savoirs faire et ses savoirs être afin d'appliquer un merchandising cohérent, vendeur et séduisant en magasin de chaussures.
- Connaître les fondamentaux du merchandising et comprendre les logiques merchandising
- Travailler en profondeur les techniques du libre bon choix avec chaque participant dans des situations accompagnées en magasin(s) ou dans un lieu assimilé.
- Travailler avec les outils du magasin, gérer les volumes et optimiser les espaces.

Public visé : Tous salariés : Responsable de magasin – Responsable adjoint de magasin – vendeur – Hôtesse de caisse ou toute personne souhaitant évoluer en tant qu'animateur des ventes et des équipes

Prérequis

Aucun

Modalités pédagogiques

Face à face pédagogique Mise en situation et manipulation Débriefing sur vécu des stagiaires. Accompagnement individualisé dans des situations vécues ou dans des contextes évolutifs : Soit par des messages spécifiques que le formateur souhaite mettre en œuvre. Travaux tout au long de la journée. (Grille d'auto évaluation). Feuille(s) de présence emmargée(s) par les stagiaires et par demi-journée...Méthode d'évaluation QCM et analyse individuelle de mises en situations.

NB : À la fin de la formation ITG enverra un certificat de réalisation à chaque stagiaire.

Durée de formation en heures et en jours 2 journées soit 14 heures

GILLES ASCOËT
ITG
34 Rue LAFFITTE
75009 PARIS – +33 06 07 35 66 02 –
gilles.ascoet@hotmail.fr

Intitulé du module : MERCHANDISING / MARCHANDISAGE

Module : MERCHANDISING / MARCHANDISAGE

Contenu du programme

Deuxième journée

Partie une

Construire l'ensemble de l'offre sélectionnée en respectant les techniques de merchandising travaillées lors de la première journée

Retravailler en groupe ou en autonomie toute ou partie d'un linéaire (Rayon – sous rayon – familles ou segments d'une famille en fonction de l'assortiment)

Travailler la mises en proposition d'un élément d'attaque (table – podium – meuble concave – vitrine...)

Analyses des propositions et corrections apportées par le stagiaire(s) avec l'aide du formateur tout au long de la journée

Partie deux

Bilan individuel ou par groupe

Faire une correction sous le format checking list Merch :

Analyses des propositions et corrections apportées par le stagiaire(s) avec l'aide du formateur tout au long de la journée



le 6/11/2025

Cadre de réponse.....

Objectifs pédagogiques

- Concevoir et réaliser la décoration et l'aménagement des espaces liés à la vente pour valoriser les produits « chaussures » Enrichir ses savoirs faire et ses savoirs être afin d'appliquer un merchandising cohérent, vendeur et séduisant en magasin de chaussures.
- Connaître les fondamentaux du merchandising et comprendre les logiques merchandising
- Travailler en profondeur les techniques du libre bon choix avec chaque participant dans des situations accompagnées en magasin(s) ou dans un lieu assimilé.
- Travailler avec les outils du magasin, gérer les volumes et optimiser les espaces.

Public visé : Tous salariés : Responsable de magasin – Responsable adjoint de magasin – vendeur – Hôtesse de caisse ou toute personne souhaitant évoluer en tant qu'animateur des ventes et des équipes

Prérequis

Aucun

Modalités pédagogiques

Face à face pédagogique Mise en situation et manipulation Débriefing sur vécu des stagiaires. Accompagnement individualisé dans des situations vécues ou dans des contextes évolutifs : Soit par des messages spécifiques que le formateur souhaite mettre en œuvre. Travaux tout au long de la journée. (Grille d'auto évaluation). Feuille(s) de présence emmargée(s) par les stagiaires et par demi-journée...
Méthode d'évaluation
QCM et analyse individuelle de mises en situations.

NB : À la fin de la formation ITG enverra une attestation de formation à chaque stagiaire.

Durée de formation en heures et en jours 2 journées soit 14 heures

GILLES ASCOËT

ITG

34 Rue LAFFITTE

75009 PARIS - 06 07 35 66 02

gilles.ascoet@hotmail.fr