

## Annexe 1 au Cadre de réponse - ACM TRANSVERSES (À fournir par module)



Intitulé du module :

**Aménager sa vitrine**

### Contenu du programme de la journée 1

**Horaires : matin : 9h00-12h30 et après-midi : 13h30-17h00**

#### Accueil des participants et tour de table

#### **Séquence 1 : Fondamentaux du merchandising**

- Les principes du merchandising visuel.
- Les différents types de vitrine et leurs spécificités.
- Adaptation selon le secteur d'activité et la cible.
- Exercices pratiques : Création d'un croquis de vitrine efficace.
- Atelier pratique : Etude de vitrines réussies et moins réussies.

#### **Séquence 2 : Techniques d'agencement et mise en valeur des produits**

- Les principes de composition visuelle : Symétrie, asymétrie, etc.
- Techniques de présentation des produits : Hiérarchisation des produits, création de familles visuelles, techniques de cross-merchandising.
- Éclairage et mise en lumière : Types d'éclairages et leurs effets, mise en valeur des produits par la lumière.
- Économies d'énergie et solutions durables.

#### **Séquence 3 : Création d'une identité visuelle cohérente**

- Du concept à la réalisation : Définir l'ADN de la marque, traduire les valeurs de la marque dans la vitrine, cohérence entre l'intérieur et l'extérieur du point de vente.
- Éléments clés d'une vitrine efficace : Signalétique et communication visuelle, matériaux et textures, mannequins et présentoirs.
- Atelier pratique : Conception d'une vitrine en fonction d'un brief donné, présentation et feedback collectif.

### Contenu du programme de la journée 2

**Horaires : matin : 9h00-12h30 et après-midi : 13h30-17h00**

#### **Séquence 4 : Stratégies saisonnières et événementielles, calendrier commercial**

- Planification annuelle des vitrines : Calendrier commercial et temps forts, anticiper les tendances saisonnières, fréquence de renouvellement adaptée.
- Vitrines thématiques et événementielles : Fêtes commerciales (Noël, Saint-Valentin...), événements locaux et animations (anniversaire...), lancements de produits et promotions
- Budget et ressources : Optimisation des coûts et récupération, approvisionnement en matériaux et accessoires, gestion du temps et des équipes.
- Atelier pratique : élaboration d'un calendrier thématique annuel, budgétisation d'une vitrine saisonnière.

#### **Séquence 5 : Innovation et tendances**

- Tendances actuelles et merchandising visuel : Minimalisme et développement durable, interactivité et expérience client, digitalisation de la vitrine.
- Technologie et outils : Réalité augmentée, QR Codes, écrans interactifs, mapping vidéo.

#### **Séquence 6 : Mesure d'impact et optimisation**

- Indicateurs de performance d'une vitrine : Taux d'intérêt et de conversion, technique d'observation et de comptage.
- Atelier pratique : Elaboration d'un plan d'action personnalisé.

#### **Clôture de la formation et évaluation à chaud**

#### **Objectifs pédagogiques :**

**Comprendre** les principes fondamentaux du merchandising visuel.

**Maîtriser** les techniques d'agencement et de mise en valeur des produits et services.

**Créer** une identité de marque.

**Développer** des stratégies de calendriers commerciaux.

**Mesurer** l'impact de la vitrine sur l'attraction et la fidélisation clientèle (scénographie).

#### **Public visé :**

Tout public

#### **Prérequis :**

Aucun prérequis nécessaire

#### **Modalités pédagogiques :**

Présentation et échanges interactifs.

Exposés théoriques avec supports visuels.

Études de cas concrets et analyses de vitrines réelles.

Ateliers pratiques en groupe et individuels.

Outils de conception et de planification à réutiliser.

Ressources documentaires et bibliographie sélective.

#### **Durée de formation en heures et en jours**

14 heures (2 journées de 7 heures)

#### **Organisme de formation :**

**IFPRA – Pôle Appel d'offres**

168, rue Caponière, BP 46184

14061 Caen Cedex

Tél. 02 31 30 17 11

Mail : [ifpra.ao@ac-normandie.fr](mailto:ifpra.ao@ac-normandie.fr)