

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



Intitulé du module : « Aménager sa vitrine »

Contenu du programme

1. Les fondamentaux de la vitrine (2 heures)

- Définition et rôle du merchandising visuel.
- Les principes fondamentaux : équilibre, focalisation, contraste, répétition.
- Les tendances actuelles en aménagement de vitrines.

2. Comprendre les comportements des clients (1 heure)

- Le profil des consommateurs.
- Les éléments déclencheurs d'un achat impulsif.
- Analyse des besoins selon les typologies de clientèle.

3. Les éléments clés d'une vitrine attrayante (2 heures)

- Les règles de composition visuelle (équilibre, harmonie, contraste)
- L'utilisation de la couleur, de la lumière et des textures
- La création d'un parcours visuel pour le regard du client
- L'importance de la lisibilité et de la clarté du message

4. Création de thèmes pour une vitrine (2 heures)

- Les vitrines saisonnières ou événementielles.
- Techniques pour raconter une histoire à travers la vitrine.

5. Optimisation de la vitrine (1 heure)

- Intégration des outils numériques dans la vitrine (écrans interactifs, QR codes).
- Le renouvellement régulier de la vitrine pour maintenir l'attractivité.

6. Conception d'un plan de vitrine (5 heures)

- Élaboration d'un plan de vitrine sur papier ou support numérique.
- L'aménagement de la vitrine à la taille et au type de magasin.
- Gestion du budget de création de la vitrine.

7. Le suivi de la performance de la vitrine (1 heure)

- Mise en place d'indicateurs de suivi ((taux de fréquentation, nb de ventes...))
- Analyse des performances de la vitrine (réaction des passants, clients, photos avant/après ; les indicateurs)



Objectifs pédagogiques

Attirer et fidéliser les clients grâce à une vitrine attrayante

- Comprendre le rôle et l'impact d'une vitrine sur l'attractivité du magasin.
- Identifier les principes fondamentaux du merchandising visuel pour optimiser l'agencement.
- Appliquer les techniques d'éclairage, de couleur et de mise en scène efficaces.
- Concevoir une vitrine cohérente avec l'identité du magasin et les attentes des clients.
- Évaluer et ajuster une vitrine pour maximiser son impact commercial.

Public visé : tout professionnel en relation avec les clients

Prérequis :

Aucun prérequis n'est nécessaire. Néanmoins, une évaluation de début de stage sera réalisée pour obtenir une photographie du niveau de départ.

Modalités pédagogiques :

Une présentation théorique est exposée par le formateur, suivie d'échanges d'expériences avec les apprenants. Des cas pratiques sont effectués sous forme d'études de cas et d'exercices basés sur les objectifs de chacun et sont corrigés de manière individuelle. Une alternance d'apport de connaissances et de cas pratiques sont faits tout au long de la formation. La méthode active est largement utilisée afin de favoriser l'assimilation.

Le formateur propose des organisations

Durée de formation en heures et en jours
14 heures – 2 jours

Organisme de formation – contact de l'OF
Fabrice LEROY

Laboratoire LM
182 Quai Cavaignac
46000 CAHORS
Tel : 05 65 24 55 55
Mail : labolm@wanadoo.fr