

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



Intitulé du module : **Aménager sa vitrine**

Contenu du programme

**Jour 1 : Réaliser le diagnostic de sa vitrine et de son espace de vente pour identifier les moyens de les rendre plus attrayants - 7 heures**

- **Séquence 1 : Evaluer le degré d'efficacité de l'organisation de sa vitrine et de son espace de vente (3h30)**
  - Le merchandising : définition et fonctions associées
  - Les différents critères d'évaluation d'une vitrine et d'un espace de vente
  - La création d'une grille d'évaluation d'une vitrine et d'un espace de vente
- **Séquence 2 : Identifier les leviers permettant d'augmenter l'attrait de sa vitrine et de son espace de vente (3h30)**
  - Organisation :
    - o Optimiser le linéaire
    - o Faciliter la découverte de l'offre
  - Séduction :
    - o Valoriser le rayon
    - o Modifier les flux et les diriger dans l'espace de vente
  - Optimisation :
    - o Construire une offre sur la base du chiffre d'affaires, des volumes et des rotations
    - o Adapter l'offre aux comportements d'achat

**Jour 2 : Aménager sa vitrine - 7 heures**

- **Séquence 3 : Prendre en compte les contraintes de l'existant (1h00)**
- **Séquence 4 : Appliquer les règles supports à l'aménagement d'une vitrine (1h15)**
  - Les différents types de vitrines et les caractéristiques inhérentes (taille, hauteur, largeur, profondeur)
  - Le principe de la pyramide en merchandising visuel
  - La règle de 3
    - o Objectifs
    - o Préconisations associées
- **Séquence 5 : Mettre en place une vitrine (1h15)**
  - La base de la vitrine / le squelette
  - Les matériaux, les couleurs, les lignes d'éclairage et l'étiquetage
  - La réalisation du plan de conception
- **Séquence 6 : Analyser les résultats (3h30)**
  - La fréquence de contrôle et de rotation de la vitrine
  - La sensibilisation et l'implication de l'équipe
  - La capitalisation sur les feedbacks
  - Les astuces
  - La réglementation
  - Atelier : analyse par le participant de sa vitrine actuelle et formulation de propositions d'évolutions sur la base des apports de la formation, avec débriefing en groupe



Objectifs pédagogiques

- **Définir les critères supports à l'évaluation du degré d'efficacité d'une vitrine**
- **Identifier les axes sur lesquels travailler pour augmenter l'attrait d'une vitrine**
- **Mettre en place une vitrine de manière à optimiser son attrait**

Public visé

Salariés de l'une des 54 branches professionnelles relevant de l'Opcv EP

Prérequis

Aucun

Modalités pédagogiques

Formation réalisée **en présentiel** et conduite à travers **une pédagogie active et participative** s'appuyant sur les contextes propres à chaque participant, des exemples concrets et une mise en œuvre opérationnelle.

Durée de formation en heures et en jours

**14 heures réparties sur 2 jours**

CMA Formation  
Armelle KERAMPRAN  
Responsable Commerciale Formation  
03 89 46 89 75 /  
akerampran@cm-alsace.fr