

Merchandising et attractivité de l'espace de vente

<https://www.estim-formation.com/formation-formation-merchandising-et-attractivite-espace-vente>

Objectifs de la formation

- Comprendre les principes fondamentaux et les enjeux du merchandising
- Maîtriser les aspects pratiques de l'implantation et la présentation de l'offre sur l'espace de vente
- Créer un climat favorable dans la relation client pour vendre mieux et plus

Programme pédagogique

Comprendre les principes fondamentaux et les enjeux du merchandising

Les règles du Merchandising

- Missions et enjeux
- Les 5 B de Keppner
- Pour quel impact ?

Repérer les différents niveaux :

- pour le client,
- l'équipe des vendeurs comptoir,
- l'agence
- l'entreprise

Maîtriser les aspects pratiques de l'implantation et la **présentation de l'offre sur l'espace de vente**

Augmenter l'**attractivité de l'espace de vente** selon le positionnement de l'entreprise

- L'organisation des linéaires / rayons
- La dimension du zoning
- Le parcours client : circulation et signalisation

Optimiser les présentations des produits selon l'assortiment de l'offre

- Intégrer les différentes dimensions, verticale, horizontale, en facing, et l'effet de masse
- Renforcer l'approche cross-merchandising
- Appliquer les supports et outils à la valorisation des produits

Créer un climat favorable dans la relation client pour vendre mieux et plus

Identifier les enjeux de la phase de découverte des besoins du client

- Poser les questions efficaces
- Pratiquer l'écoute active
- Reformuler pour valider

Construire et adapter son argumentaire produit d'après les motivations d'achat du client

- Maîtriser son argumentaire avec la méthode CAB
- Développer la vente additionnelle : un levier à la satisfaction du client

Traiter les objections et les freins du client

- L'objection : une force ?
- Identifier la nature des objections : fondées et non fondées

- Déceler les signaux d'achat
- Conforter l'achat et suggérer

Prérequis et public cible

Prérequis de formation :

Une première expérience dans le marketing est préférable pour suivre cette formation

Public concerné :

Directeurs d'établissement de vente / franchisés

Responsables magasin / rayon

Vendeurs

Modalité d'évaluation pédagogique

Méthodes d'apprentissage :

Apports théoriques

Etudes de cas

Mises en situation

Évaluation des compétences acquises par les stagiaires :

A l'issue de la formation, un contrôle de connaissance permettra d'évaluer les compétences acquises par chaque participant.