

FORMATION

« Mettre en scène ses produits pour augmenter les ventes »

Durée : 2,5 jour (1 j + 1 j + 0,5 j)

Dates : 1er et 15 Octobre 2012, suivi le 12 Novembre 2012

Lieu : Aubagne, locaux Activargile Provence

Public

Aadhérents d'Activargile Provence

Objectifs

- Connaître les règles de base du merchandising et de la communication visuelle sur le lieu de vente : signalétique, extérieur du point de vente, agencement intérieur, organisation des linéaires, techniques de composition, efficacité de la vitrine, contenu et emplacements de la CLV...
- Acquérir la maîtrise des outils et des techniques de présentation visuelle pour optimiser l'attractivité commerciale d'une boutique ou d'un stand, et ainsi permettre une augmentation du chiffre d'affaires.
- Disposer d'une méthodologie pour auto-diagnostiquer son espace de vente.
- Rechercher avec les participants les solutions visuelles les plus adaptées à leur(s) espace(s) de vente (boutique et/ou stand) et les expérimenter.

Les + de la formation

Une formation-action pour expérimenter immédiatement des solutions concrètes dans votre espace de vente.

Une pédagogie active et participative alternant des apports théoriques, des **cas pratiques adaptés aux entreprises de la filière argile**, et **l'analyse de vos documents** (photos, plans, utilisation de vos produits...).

Des outils opérationnels : auto-diagnostic de votre espace de vente, fiches pratiques, tableau de suivi des performances merchandising.

Des conseils personnalisés : l'intervenante vous accompagne dans votre réflexion et dans la mise en œuvre des actions dans votre espace de vente.

Modalités pratiques

Participation financière de l'entreprise : 72 € TTC. Ce tarif ne comprend pas les déjeuners et les trajets.

Prise en charge du coût complémentaire de la formation : selon votre OPCA, (FAF Chambre Régionale des Métiers et de l'Artisanat pour les artisans, ou autre) et par les Ateliers d'Art de France pour les artistes membres.

Pour vous inscrire : Envoyez le bulletin d'inscription à Activargile Provence | 290 Traverse de la Vallée, 13400 Aubagne | Tél : 04 42 70 35 54 | Fax : 04 42 01 03 95 email : adisord@activargile-provence.com.

Pour toute information, n'hésitez pas à contacter Anne d'Isoard, Assistante au PRIDES Activargile Provence au **04 42 70 35 54**

Contenu de la formation

Jour 1

Les enjeux de la présentation marchande (merchandising)

- Comprendre les fondamentaux de la présentation marchande
- Inciter le client à parcourir toute la surface de vente

L'implantation du lieu de vente

- . L'agencement de la surface de vente et les sens de circulation
- . Les points chauds, points froids

>>> Cas pratique : étude des plans de vos points de vente

La communication sur le lieu de vente (CLV)

- . Les outils pour mieux communiquer sur l'espace de vente

>>> Cas pratique : élaboration d'un plan d'action CLV

Dynamiser son espace de vente

- Animer les linéaires pour une offre lisible et attractive

- . Créer une ambiance
- . Présenter les produits de façon à piquer la curiosité du client
- . Utiliser les techniques de composition : horizontal, vertical, par blocs, par famille de produits ou par thèmes

>>> Cas pratique : élaboration d'un linéaire « idéal »

Auto analyser et améliorer l'efficacité de son espace de vente

- Déterminer les actions prioritaires à mettre en place à l'issue de la première journée de formation

- Auto-diagnostiquer son espace de vente avec un outil pour identifier ses forces et faiblesses

- . Analyser la clarté de l'offre produit et la présence et pertinence des informations clients : prix, étiquetage, offres promotionnelles
- . L'intérieur : l'éclairage, l'agencement, la circulation, la présentation et l'accessibilité des produits
- . La vitrine : les produits, décor ou thème, harmonie des couleurs
- . L'extérieur : l'enseigne, la façade, la PLV (Publicité sur Lieu de Vente), la signalétique du magasin, du stand

Jour 2

Débriefing du travail réalisé durant l'intersession

- . Analyse des réussites et difficultés rencontrées dans la mise en œuvre des actions
- . Déterminer ses axes de progrès à l'aide de l'autodiagnostic de son point de vente

Mettre en scène ses produits pour susciter l'achat

- Présenter une vitrine, des tables de présentation, podiums, têtes de gondoles

- . Règles de base et applications actuelles pour capter l'attention
- . Donner un style, un esprit à la boutique

>>> Cas pratique : Application des données en 3D en utilisant les produits des participants

- Utiliser la couleur et l'éclairage pour valoriser le produit

Mesurer les performances

- Vérifier l'impact de la présentation visuelle sur les comportements d'achats

- . Concevoir un tableau de bord merchandising personnalisé

Suivi

Accompagnement individuel en sous groupe de 5 personnes maximum

Analyse des points forts, des difficultés et des évolutions observées dans la mise en œuvre des acquis sur le terrain