



# SE FAIRE CONNAÎTRE ET VENDRE SES PRODUITS

FORMATION COURTE - COMMERCIAL



## OPTIMISER UN ESPACE DE VENTE

### OBJECTIFS

- Mémoriser les règles du merchandising pour optimiser son espace de vente
- Transférer les techniques de merchandising à son propre espace de vente

Que ce soit dans une salle d'exposition, un magasin ou un atelier, l'entreprise est confrontée à cette même question : comment mettre en avant ses produits pour vendre plus ?

Il existe des règles incontournables qui ne laissent rien au hasard.

Cette formation vous permet de les acquérir afin de rendre votre espace de vente plus attractif pour vos clients et d'augmenter ainsi vos ventes.

### PRÉREQUIS

Se munir de photos ou plans de surfaces commerciales

### DATES ET LIEUX

CMA Schiltigheim :  
CMA Mulhouse : 12 février 2018

### PUBLIC

Chef d'entreprise  
Conjoint collaborateur  
Associé  
Salarié

### TARIF

210 €  
Se renseigner sur les possibilités de prise en charge auprès de nos conseillères en formation

### DURÉE

1 jour : 7 heures

### INTERVENANT

Formateur Consultant spécialisé Marketing Vente et expert de la dynamisation commerciale des entreprises artisanales

### CONTACTS

Conseillères en formation :

#### → BAS-RHIN

Angélique DIEUAIDE  
03 88 19 79 18  
infofc67@cm-alsace.fr

#### → HAUT-RHIN

Agnès LUSTENBERGER  
03 89 20 84 55  
infofc68@cm-alsace.fr





## OPTIMISER UN ESPACE DE VENTE



SE FAIRE CONNAÎTRE  
ET VENDRE SES PRODUITS

### PROGRAMME

---

#### 1. Le merchandising, outil incontournable de l'entreprise :

- comprendre ses fonctions
- analyse de la surface
- les points fondamentaux
- la circulation du consommateur

#### 2. Les différentes étapes :

- logique et fonctionnalité
- le zoning chaud, froid
- la valeur des emplacements, des niveaux
- le balisage, les segmentations
- le marketing sensoriel

#### 3. Les différents types de communication :

- information sur le lieu de vente (ILV)
- publicité sur le lieu de vente (PLV)

#### 4. Critères d'évaluation :

- élaboration de grille de notation
- analyse et mises en place d'actions correctives
- tests sur la surface de vente
- adapter les règles aux contraintes de la surface
- refonte de la surface en fonction de l'analyse
- mettre en place des outils de suivi et d'analyse



### MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

---

Formation en présentiel

Formation au plus près du contexte professionnel de chaque participant

Exploitation des plans et photos amenés par les participants pour appliquer les concepts

Mises en place ludiques permettant de créer un espace de vente respectant les règles énoncées

### ÉVALUATION

---

Remise d'une attestation individuelle de formation

Questionnaire de satisfaction en fin de stage