





## 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