

## MERCHANDISING

### DATES DE FORMATION :

#### *Session de formation*

A définir

### DURÉE DE LA FORMATION

7 heures ( jour)

Présentiel dans les locaux

DISTRICOM

### MODALITÉS D'ACCÈS :

Inter-entreprise

Intra-entreprise

L'accès à cette formation se fait sur simple inscription

### DÉLAIS D'ACCÈS :

Maximum 72H avant le démarrage du dispositif

### CAPACITÉ D'ACCEUIL :

Entre 4 personnes et 8 personnes

### FINANCEMENT

OPCO, Plan de développement des compétences

### COÛT DE LA FORMATION

350€/jour/personne

### ACCESSIBILITE

Formation accessible aux personnes en situation de handicap.



### PRE REQUIS

Aucun prérequis en dehors des caractéristiques du public à former.

### PUBLIC A FORMER

Toute personne salariée ayant à recevoir des clients sur une surface de vente pour assurer une relation et/ou une vente de produits et/ou de services

### OBJECTIFS DE FORMATION

A l'issue de la formation, les apprenants doivent être capable de :

Réaliser des implantations et des opérations commerciales en respectant la réglementation et les bonnes pratiques du merchandising.

### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

1. Lister les règles d'implantation des produits en rayon selon les différents critères de choix (marges, MDD...).
2. Prévoir des opérations commerciales en magasin en réalisant des mises en valeurs produits (têtes de gondoles, théâtralisation...).
3. Identifier et afficher les différents types de visuels réglementaires et publicitaires (ILV, PLV...)
4. Planifier les actions à mettre en œuvre pour réaliser une implantation, un réassort ou une théâtralisation.

### PROGRAMME DÉTAILLÉ DE LA FORMATION

#### En amont de la formation : recueil des besoins et des attentes des participants

Profil professionnel (Poste, ancienneté et expérience professionnelle)

Compétences acquises et à acquérir et/ou à renforcer

#### Module 1 - L'implantation en rayon

Notions de merchandising

Critères de choix pour l'implantation des produits en rayon (marges, MDD, rotation des stocks, etc.)

Organisation de l'espace en rayon

Gestion des linéaires et des facing

Optimisation de l'emplacement des produits en fonction des objectifs commerciaux

Planification et organisation des implantations

Communication réglementaire et promotionnelle

#### Module 2 - Les opération commerciales en magasin

Têtes de gondoles : définition, objectifs, et types

Théâtralisation en magasin

Planification des opérations commerciales

Mise en place des éléments visuels pour la mise en valeur des produits



Chargée de développement

**Manon BISSON**

**06 90 48 32 27**

[Mb.districtformation@gmail.com](mailto:Mb.districtformation@gmail.com)

Référent de la formation :

**Philippe CHAUDRON**

**0690 85.27.06**

[pc.districtformation@gmail.com](mailto:pc.districtformation@gmail.com)

#### LIEU DE FORMATION

### **DISTRICOM FORMATION**

immeuble Palmeraie

1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> étage

97122 BAIE-MAHAULT

**0590 25 32 43**

[Info@districtformation.com](mailto:Info@districtformation.com)

[www.districtformation.com](http://www.districtformation.com)

#### Horaires d'ouverture

Du lundi au vendredi

7h00 - 16h



**DISTRICOM  
FORMATION**

Fiche créée le 20/10/2023

## MÉTHODE ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Méthodes pédagogiques actives prenant appui sur les compétences professionnelles
- Pédagogie innovante par les applications, mises en situations professionnelles, jeux de rôles...
- Connexion Internet haut débit, écrans interactifs, salles de formation
- Accompagnement et suivis individualisés sur l'ensemble du parcours de formation
- Équipe pédagogique composée de professionnels de la distribution et de la vente.

## DÉMARCHE D'ANALYSE DU BESOIN

Un entretien est mené avec le responsable de l'entreprise afin de recueillir les besoins en formation et les objectifs stratégiques

Un questionnaire est envoyé une à deux semaines avant la formation à Mme Isidore, pour diffusion aux équipes qui suivront la formation pour recueillir les pré-acquis, les attentes et les besoins exprimés pour adapter le contenu de la formation.

## VALIDATION ET SANCTION

A l'issue du parcours, une attestation de fin de formation intitulée « Merchandising » mentionnant les objectifs, la nature, la durée de la formation et les résultats de l'évaluation des acquis sera remise aux participants.

## DISPOSITIF D'ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

### Évaluation de positionnement

Avant la formation, pour recueillir les pré-acquis, les besoins et les attentes des participants sous la forme d'un questionnaire en ligne pour adapter la formation.

### Évaluation formative

Tout au long de la formation, l'intervenant valide les différentes étapes de la formation (QCM, échanges) pour s'assurer de l'acquisition des objectifs pédagogiques.

Cette évaluation continue permettra d'identifier les acquis.

### Évaluation de la satisfaction

A la fin de la formation, les participants remplissent un questionnaire de satisfaction du dispositif dans lequel ils évaluent la qualité et l'utilité de la formation reçue

### Évaluation à froid

Un questionnaire d'enquête est remis à l'entreprise afin de mener une évaluation du transfert des acquis sur poste de travail. Cette enquête pourra être déployée par l'entreprise après 3 mois de retour sur poste de travail. Les résultats pourront être transmis au centre de formation afin d'ajuster nos pratiques si nécessaire.



EURL - CODE NAF 8559A - SIRET 75163954300048 - OF 95 97 01764 97

Immeuble de la Palmeraie

Moudong Nord - 97 122 BAIE - MAHAULT

Tél : 05 90 25 32 43 - E-mail : [info@districtformation.com](mailto:info@districtformation.com)