



Pôle Régional d'Innovation et de Développement Economique Solidaire

## FORMATION

### « Mettre en scène ses produits pour augmenter les ventes »

**Durée :** 2,5 jour (1 j + 1 j + 0,5 j)

**Dates :** 23 septembre, 7 Octobre, suivi le 18 Novembre 2013

**Lieu :** Aubagne, locaux Activargile Provence

**Public**

*Adhérents 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** : 90 € TTC. En cas de non financement par un OPCA la participation est de 375 € 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 (sous réserve de validation).

**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 : [adisoard@activargile-provence.com](mailto:adisoard@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