



Fabienne Sicard

Consultante - Formatrice

**"PARCE QU'UNE COMMUNICATION EFFICACE
C'EST UNE COMMUNICATION QUI VOUS RESSEMBLE,
COMMENÇONS PAR NOUS RENCONTRER ?"**

2022

**FORMATION MERCHANDISING
AMÉNAGEMENT D'UNE VITRINE DE MAGASIN**

1 JOUR

**LA VITRINE JOUE UN RÔLE STRATÉGIQUE DANS LA
CONSTRUCTION DE L'IMAGE DE L'ENSEIGNE
IL PEUT AIDER LE CONSOMMATEUR DANS SA PRISE DE DÉCISION
DU FAIT QU'ELLE CONSTITUE LE PREMIER POINT DE CONTACT DE
CE DERNIER AVEC LE MAGASIN.**

- DÉFINIR LES RÈGLES DE BASE DU MERCHANDISING VISUEL & PRENDRE EN COMPTE LES CONTRAINTES EXISTANTES CONNAITRE
- IDENTIFIER LES BONS PRODUITS, AU BON MOMENT SELON LES RÈGLES DE BASE ET LES SAISONS, TENDANCES, ÉVÉNEMENTS, ...
- LISTER LES ÉTAPES INDISPENSABLES POUR I VITRINE RÉUSSIE
- COMPOSER SOI MÊME SON PROJET DE VITRINE

UNE AUTRE EXPÉRIENCE DE LA FORMATION!

PERSONNALISATION À VOTRE RYTHME, VOTRE BUDGET, VOS BESOINS RÉELS.

TOUS LES DÉTAILS SUR WWW.FLS-COMMUNICATION.COM





LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- . Définir les règles de base du merchandising visuel & prendre en compte les contraintes existantes
- . Identifier les Bons produits, au Bon moment selon les règles de base et les saisons, tendances, événements
- . Lister les étapes indispensables pour 1 vitrine réussie
- . Composer soi même son projet de vitrine

PUBLIC CONCERNÉ

Chefs d'entreprise, service marketing, chef de produit, merchandiser, boutique de centre ville, magasin indépendant

PRE-REQUIS

Aucun

DUREE ET ORGANISATION

1 jour 8 heures. Cette formation peut-être organisée sur mesure : en individuel ou en collectif, en intra ou en interentreprise, dans les locaux de l'organisme ou ceux de l'apprenant.

MODALITES PEDAGOGIQUES

Évaluation des besoins et du profil de l'apprenant via un entretien de positionnement

Apport théorique et méthodologique,

Démonstrations et exercices pratiques,

sur cas pratiques

Retours d'expériences.

Réflexion et échanges

SUIVI ET EVALUATION

Autoévaluation des acquis en début et en fin de formation

Mise en application, exercices et études de cas, cas pratiques en contrôle continu et en fin de formation

A la fin de la formation il sera remis au stagiaire un certificat de réalisation ainsi qu'une attestation de ses acquis.

ENCADREMENT

Cette formation est organisée et animée par Fabienne Sicard, formatrice professionnelle du secteur de la communication depuis 6 ans et dotée d'une expérience professionnelle dans le domaine depuis plus de 25 ans



DATES ET LIEU DE FORMATION :

Communiqués sur la convention de formation



Durée : 1 jour



Groupe : 4 maximum



CONTACT

Fabienne Sicard

06.89.42.76.05

sicard.fabienne@orange.fr

CONTENU DE LA FORMATION

A. Définir les règles de base du merchandising visuel & prendre en compte les contraintes existantes

1. Les règles de base

- . Pour vous c'est quoi le merchandising visuel?
- . La définition du merchandising vitrine
- . Les intérêts du merchandising visuel pour votre clientèle : les 4 piliers du merchandising

2. les contraintes existantes à prendre en compte

- . L'environnement
- . la dimension et la configuration de la vitrine
- . La diversité des produits

B. Identifier les Bons produits, au Bon moment selon les règles de base et les saisons, tendances, événements, ...

1. Suivre les saisons et les tendances du moment

2. Répondre aux événements commerciaux

3. Répondre à la règle des 5 (6) B

4. donner du rythme à sa vitrine

- . le jeu des volumes
- . le jeu des contractes
- . le jeu des matières

C. Lister les étapes indispensables pour 1 vitrine réussie

1. Principes de base

2. Les 8 règles d'or pour réussir sa vitrine

3. Votre matériel indispensable!

D. Composer soi même son projet de vitrine

Les différentes étapes indispensables

- . analyse du lieu et du produit
- . choix du thème, du décor et sa mise en place
- . choix & mise en place du produit dans le décor
- . étiquetage & éclairage