

## Activez avec succès la synergie merchandising /vente en magasin

### OBJECTIFS

- Inscrire durablement les leviers Merchandising dans la politique commerciale
- Utiliser le duo vente/merchandising comme un levier de croissance
- Revisiter les techniques de vente en intégrant la démarche merchandising

### MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Alternier les séquences Merchandising et Techniques de vente
- Encourager l'interaction
- Pour chaque thème
  - ◆ La théorie
  - ◆ S'entraîner à la mise en pratique

### NOTRE FORMATEUR

- Fabrice CANTET, formateur en category management, merchandising



**1 jour**

7 heures présentielles

de 9H30 à 17H30

**Paris**

**790,00 € HT**

Support, déjeuner inclus

**Calendrier 2019**

5 février

28 mars

16 mai

### POUR QUI ?

Formation destinée aux DDV et Catman débutants, aux vendeurs expérimentés missionnés sur le merchandising en région et/ou en centrales régionales

### PRE-REQUIS :

être concerné dans la mise en place d'une démarche merchandising en région et/ou en centrales régionales.

### MODALITE D'EVALUATION

Questionnaire de satisfaction  
Quiz des acquis

enregistrée sous le numéro 11910541291 à la délégation à la Formation professionnelle

**I- Introduction : tour de table**

- Tour de table des attentes – Notre cadre de travail
- Echauffement: 10 questions en ligne (Simac)

**II- Connaissance générale en merchandising**

- Atelier : Merchandising : c'est quoi ? Pour quoi faire ? (Pêlé Mêle)
- Pour un magasin : Les priorités du chef de rayon, et le merchandising ?
- Codes de langage, merchandising catégoriel, de marque, de combat, « le consommateur en situation d'achat », différentes zones.
- Cas pratique : Comment expliquer en une phrase l'intérêt du merchandising pour mon interlocuteur

**III- Méthode de vente SIMAC ou 4 C : Focus sur le questionnement**

- Atelier découverte
- Etapes de la vente : l'art du questionnement (boite à outil)
- Mise en pratique : questionnement spécifique au merchandising

**IV- Comment mesurer la performance d'un rayon ?**

- Atelier : quels chiffres exploiter?
- Inventaire des indicateurs, chiffres clés, versus « shopper » et « magasin »
- Construction d'un linéaire: PdL, facing,...
- Mise en pratique : Quels indicateurs vais-je exploiter dans mon rendez-vous ?

**V- Méthode de vente : Se synchroniser**

- Atelier : Comment augmenter son impact dans le face à face ?
- Tous les leviers à ma disposition – les profils d'acheteurs
- Mise en Pratique : Comment engager mon client dans une démarche merchandising ?

**LES BENEFICES :**

- A l'issue de cette formation, vous serez en mesure de réaliser un plan d'implantation performant.

**VI- Diagnostic merchandising-Faire du merchandising pro-actif**

- Atelier : questions, informations à recueillir en magasin
- Parcours client/shopper, connaissances client/concurrence, chiffres clé
- Recadrage : identifier les problématiques à résoudre sur un rayon Hiérarchiser ses objectifs
- Mise en Pratique

**VII- Méthode de vente : Argumentation 360° et traitement des objections**

- Atelier : Forces & Faiblesses (marques / enseignes)
- Méthodes de traitement des objections
- Mise en Pratique :

**VIII-Suivi dossier merchandising**

- Fixer des indicateurs de performance merchandising avec son client
- Inscrire la démarche à long-terme et augmenter le partage d'infos
- Comment verrouiller l'engagement post RDV ?

**IX- Entraînement – cas concret – méthode préparation express****X-Quiz en ligne grande finale !****XI- Engagements & prise d'objectifs individuels**

[Suivre notre actualité](#)