

Activez avec succès la synergie merchandising / vente en magasin

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

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

LES 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

POUR ANCRER LA SESSION

Fortement conseillé pour valider les acquis, chaque participant ayant suivi une formation pourra être évalué afin de définir les plans d'action dans leur contexte professionnel.

Ces démarches peuvent être complétées par un accompagnement personnalisé centré sur la mise en œuvre de nouvelles compétences.

Devis à la demande : [nous contacter : i.carrara@arkose.net](mailto:i.carrara@arkose.net)

Coaching

NOS FORMATEURS



Fabrice CANTET

Formateur en category management,
merchandising

POPULATION CONCERNÉE : DDV, Catman, vendeurs expérimentés missionnés sur le merchandising en région et/ou en centrales régionales

PRE-REQUIS : Connaître les fondamentaux du marketing et du merchandising ou avoir une expérience commerciale terrain

Contenu du Programme | Certifié Datadock

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 ?

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

VII - MÉTHODE DE VENTE : ARGUMENTATION 360° ET TRAITEMENT DES OBJECTIONS

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

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 ?



24 MARS
27 MAI
17 NOVEMBRE

2021



DE 9H30
À 17H30

1 JOUR

7 HEURES
PRÉSENTIELLES



790,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNER INCLUS



PARIS



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION