

VENDRE A L'OFFICINE UN PROJET MERCHANDISING COMME SOLUTION POUR SA RENTABILITE

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

**Appliquer la politique commerciale du laboratoire en officine par les outils merchandising de sell out
Préparer et vendre à l'officine son projet merchandising comme une solution pour son compte de résultat
Appliquer sa technique de vente dans cet objectif**

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Alternier les séquences merchandising et techniques de vente
- Encourager l'interaction et la réflexion de groupe autour des bonnes pratiques
- Pour chaque thème:
 - un apport théorique
 - s'entraîner à la mise en pratique sur le terrain au quotidien

Coaching

POUR ANCRER LA SESSION

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

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

NOTRE FORMATEUR



Fabrice CANTET

Formateur en category management,
merchandising

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

PRE-REQUIS : Connaître les fondamentaux 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

II – FAIRE LE POINT SUR CE QU’EST LE MERCHANDISING OPERATIONNEL

- Atelier : « le merchandising, c’est quoi, jusqu’où et pour quoi faire ? » (pêle-mêle)
- En quoi le merchandising est-il une solution essentielle pour l’attractivité et la rentabilité de l’officine ?
- Mise en pratique : « expliquer au client, en une phrase, l’intérêt d’un projet merchandising pour son officine »

III - MÉTHODE DE VENTE « SIMAC » OU « 4 C » : FOCUS SUR LE QUESTIONNEMENT

- Atelier : « préparer son projet merchandising : « qui, quoi, quand, comment et pour quoi faire »
- Etapes-clef de vente d’une solution merchandising : questionner et sensibiliser mon client (boîte à outils)
- Mise en pratique : « les mots et verbatims du questionnement à valeur ajoutée »

IV - MÉTHODE DE VENTE : SYNCHRONISER MA COMMUNICATION AVEC MON CLIENT

- Atelier : « augmenter mon impact et ma crédibilité dans le face à face avec mon client »
- Tous les leviers à ma disposition en fonction des profils d’achat de mon client
- Mise en pratique : « Comment engager mon client dans une démarche merchandising ? »

V - COMMENT EVALUER LA PERFORMANCE D’UN COMPTOIR OU DU LIBRE ACCÈS ?

- Atelier : « quels chiffres, indicateurs, données-clefs du marché et du client exploiter ? »
- Construire une proposition merchandising : part de linéaires, facing, niveau étagère,...
- Mise en pratique : « quels indicateurs vais-je exploiter dans mon rendez-vous ? »

VI - DIAGNOSTIC MERCHANDISING : PARTAGER LA SOLUTION AVEC L’OFFICINE

- Atelier : « questions, informations à partager avec mon client »
- Parcours consommateur, connaissances client/concurrence, chiffres-clé
- Recadrage : identifier les problématiques à résoudre en pharmacie. Hiérarchiser ses objectifs

VII - ARGUMENTATION 360° ET TRAITEMENT DES OBJECTIONS

- Atelier : « Forces & Faiblesses – Opportunités & Menaces (de la marque et de mon client) »
- Structurer et nourrir mon analyse merchandising pour créer de la valeur chez mon client
- Méthodes de traitement des objections

VIII - SUIVI DOSSIER MERCHANDISING

- Fixer des indicateurs de performance avec mon pharmacien
- Inscrire la démarche dans le long-terme et augmenter le partage d’informations
- Mise en pratique « comment conclure et verrouiller l’engagement post rendez-vous ? »

IX – ENTRAÎNEMENT / CAS CONCRET / MÉTHODE PRÉPARATION EXPRESS



16 OCTOBRE

2020



DE 9H30
À 17H30

1 JOUR

7 HEURES
PRÉSENTIELLES



790,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNER INCLUS



PARIS



QUIZ
D’ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION