

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

### Formation distancielle

#### 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

- 2 classes virtuelle de 3 heures 30
- **Intersession** sur un cas pratique

Le +

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

Coaching

#### POUR ANCRER LA SESSION

Fortement conseillé pour valider les acquis, chaque participant ayant suivi une Cette formation peut être complétée par un accompagnement personnalisé centré sur la mise en œuvre des nouvelles compétences.

Devis à la demande : [nous contacter : s.amrani@arkose.net](mailto:s.amrani@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 marketing et du merchandising ou avoir une expérience commerciale terrain  
Si vous êtes en situation de handicap ou de santé qui impacte le suivi de la formation :  
contacter notre référent par mail : [referent-handicap@arkose.net](mailto:referent-handicap@arkose.net)

# 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 (boîte 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 ?

## IX – ENTRAÎNEMENT / CAS CONCRET / MÉTHODE PRÉPARATION EXPRESS



**2 CLASSES VIRTUELLES**  
LE 27 MAI OU LE 17 NOVEMBRE



DE 9H00 À 12H30  
ET 14H00 À 17H30

**1 JOUR 7 HEURES**  
DISTANCEILLES

2021



**790,00 € HT**  
SUPPORT,  
DÉJEUNER INCLUS



CLASSE  
VIRTUELLE



QUIZ  
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE  
DE SATISFACTION