

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

### **Formation distancielle**

#### **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**

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

Le +

- 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



#### **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 : s.amrani@arkose.net](mailto:s.amrani@arkose.net)

#### **NOTRE FORMATEUR**



**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 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

## 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 ? »



**2 CLASSES VIRTUELLES**  
**LE 26 MAI**

**2021**



**DE 9H00 À 12H30**  
**ET DE 14H00 À 17H30**

**1**

**JOUR**

**7**

**HEURES**  
**DISTANCIELLES**



**790,00 € HT**  
**SUPPORT INCLUS**



**A DISTANCE**



**QUIZ**  
**D’ÉVALUATION**



**QUESTIONNAIRE**  
**DE SATISFACTION**