

LE MERCHANDISING DE SEDUCTION

◆ **Personnes concernées**

- ✓ Toute personne amenée à mettre en scène (théâtralisation) le plan merchandising

◆ **Objectifs :**

- ✓ S'approprier les fondamentaux du Merchandising
- ✓ Savoir mettre en scène le produit (théâtralisation)

◆ **Contenu :**

- ✓ Introduction : les principes fondamentaux du Merchandising :
 - Le Merchandising de gestion :
Le bon assortiment, au bon moment, avec la bonne taille de linéaire.
 - Le Merchandising d'organisation :
Emplacements ad hoc, clefs d'entrée significatives, cohérence d'implantation, complémentarité de l'offre-produits, schémas d'implantation, la valeur des niveaux, les points chauds – points froids, le développement de l'achat d'impulsion.
- ✓ Le Merchandising de séduction.
 - La zone, l'accès, le logo, l'enseigne.
 - La perception de la logique d'organisation.
 - La démonstration de l'organisation : signalétique, le balisage.
 - La **théâtralisation** : mise en scène – dramatisation (univers perceptibles, le rayon raconte une histoire, etc.)
 - L'aide à l'information : tableaux, ILV, ...
 - Le Merchandising sensoriel : sons, odeurs/senteurs, toucher-essayer...
 - Confort et temps d'achat du client : accueil, disponibilité, circulation, compétences perçues, réassurance, services...

◆ **Méthodologie :**

- ✓ Travaux à partir de plusieurs cas concrets d'implantation et de théâtralisation en magasin
- ✓ Travaux en sous groupes avec analyses croisées et actions correctives
- ✓ Construction d'un mémo et de fiches pratiques
- ✓ Echanges interactifs avec l'animateur

◆ **Durée :**

- ✓ 2 jours par groupe de 8 personnes maximum