

OPTIMISATION DU MERCHANDISING

Version initiale 11/2025



Houzet Sébastien
06.68.86.72.08
464 chemin de Jérusalem Hénin-Beaumont
houzetsebastien@gmail.com

OPTIMISATION DU MERCHANDISING



S.H

DURÉE :
21 heures

ÉLIGIBILITÉ AU CPF :
Non

LANGUE DE FORMATION :
Français

PRIX DE LA FORMATION :
Intra entreprise : 4500€
Inter ou individuel : nous contacter

FORMATION CERTIFIANTE :
Non

Prérequis :
Aucun.

Modalité d'accès à la formation :
Ouvert toute l'année.

Accessibilité :
Les personnes en situation de handicap sont éligibles à la formation. Les lieux de formation sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Le référent handicap est Sébastien Houzet (06.68.86.72.08).

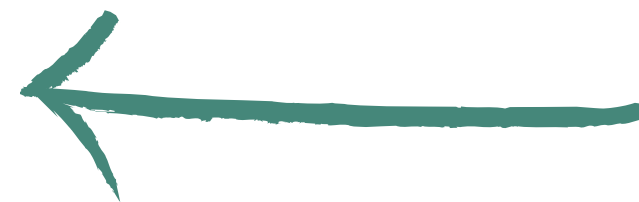
**Formation
individuelle
ou collective**

PROGRAMME

JOUR 1

1 Le merchandising :

- Les types de merchandising
- Les types d'implantation
- Les contraintes
- Le magasin et ses allées
- L'ILV et PLV



JOUR 2

1 Le parcours client :

- Les phases positives et négatives
- Le déplacement du client
- Les zones chaudes et zones froides
- Améliorer la visibilité de son rayon
- Valoriser son dynamisme commercial



JOUR 3

1 Les performances commerciales :

- Prévision des ventes
 - Mayer
 - Moindres carrés
 - Points extrêmes
- Elasticité du prix
- Prix psychologique et méthodologie
- Indicateurs commerciaux



Module 1 : Le merchandising

Les types de merchandising : Découverte des différentes approches de présentation produit et de valorisation commerciale.

Les types d'implantation : Étude des modes d'agencement selon la nature des produits et les objectifs de vente.

Les contraintes : Analyse des contraintes techniques, logistiques et commerciales liées à la mise en place.

Le magasin et ses allées : Observation et compréhension de l'organisation spatiale du magasin pour optimiser le parcours client.

L'ILV et la PLV : Utilisation des supports d'information et de promotion pour attirer et informer le consommateur.

Module 2 : Le parcours client

Les phases positives et négatives : Identification des moments clés influençant l'expérience d'achat.

Le déplacement du client : Étude des comportements de circulation et des zones d'intérêt.

Les zones chaudes et zones froides : Analyse et optimisation de la répartition de l'attractivité commerciale.

Améliorer la visibilité de son rayon : Techniques pour mettre en valeur les produits et capter l'attention.

Valoriser son dynamisme commercial : Mise en pratique pour créer une ambiance engageante et motivante.

Module 3 : Les performances commerciales

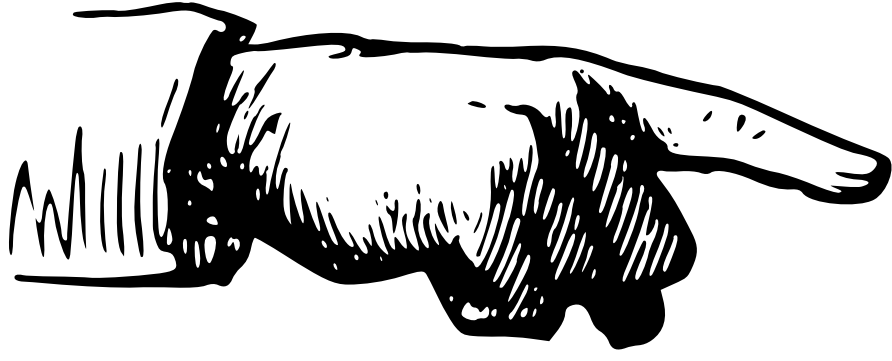
Prévision des ventes : Méthodes d'estimation de la demande à l'aide d'outils statistiques.

- Méthode de Mayer
- Méthode des moindres carrés
- Méthode des points extrêmes

Élasticité du prix : Compréhension de la relation entre prix et volume des ventes.

Prix psychologique et méthodologie : Détermination du prix perçu comme juste par le consommateur.

Indicateurs commerciaux : Suivi et analyse des performances à l'aide de données chiffrées pour orienter les décisions stratégiques.



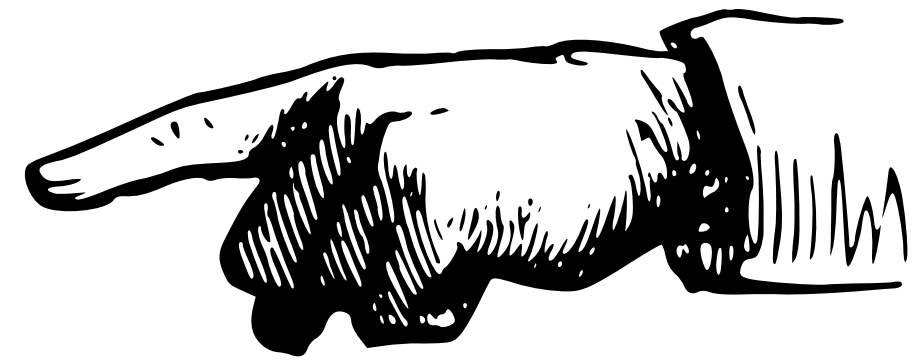
Objectifs pédagogiques :

À la fin de la formation, l'apprenant sera capable de :

- Mieux comprendre les méthodes d'implantation
- Améliorer ses performances commerciales
- Savoir utiliser les indicateurs commerciaux

Moyens pédagogiques :

- Livret apprenant
- Powerpoint
- Vidéo projecteur
- Plan de la formation
- Tests
- Mises en situation



Évaluation de la progression et de la formation :

- Évaluation initiale de l'apprenant
- Évaluation sommative de l'apprenant
- Évaluation de la formation par l'apprenant
- Mise en situation



Sanction :

- Formation donnant droit à une attestation d'assiduité et de réalisation





06.68.86.72.08



houzetsebastien@gmail.com



Houzet Sébastien



sebastien-houzet-formation.fr



Sébastien Houzet
Formateur consultant indépendant

