

Le merchandising

OBJECTIFS

Maîtriser le concept du merchandising pour améliorer la visibilité des produits en linéaires au travers d'une argumentation marketing convaincante

CONTENU

Définition et enjeux du merchandising

Merchandising distributeur et merchandising producteur

- Objectifs & rôles de chacun

Les principes fondamentaux du merchandising

- La zone de chalandise
- Le cycle de vie du produit
- L'assortiment

Les moyens d'action d'animation des linéaires

- Définition et description du linéaire de vente
- Fonctions du linéaire
 - stockage
 - attraction visuelle
- Notion d'élasticité des ventes
- Contraintes des distributeurs
- Méthodes et modèles d'allocation
 - Le double placement
 - La tête de gondole
- Animation des linéaires : théâtralisation de l'offre
 - PLV

La mesure des performances

- Les ratios de performances, leur signification et usage,
- Le tableau de bord merchandising

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Exposés théoriques, exemples concrets et étude de cas permettent aux stagiaires de s'approprier les principes et méthodes du merchandising.

MODALITES

Présentiel

PUBLIC

Responsable marketing, chefs de produits

PRE-REQUIS

Aucun

DUREE

1 jour

DATE

28 avril