

Optimiser l'impact commercial

Objectifs

**Durée : 2 jours
+ 1 jour**



- Développer son sens produit.
- Comprendre et maîtriser les règles merchandising et les adapter au concept de l'entreprise.
- Valoriser l'image de l'entité commerciale et développer la séduction de l'offre.
- Proposer des associations pertinentes.
- Susciter l'achat coup de cœur et développer le panier moyen d'achat des clients.
- Formation animée conjointement en salle et sur le terrain en application.

Contenu

➤ Développer son sens produit (spécifique prêt-à-porter) : Atelier en sous groupe

- Travail d'imagination et de création de maquettes, relais de l'image de la collection.
- Partage des perceptions individuelles, et définition des associations judicieuses.
- Présentation des thèmes fort de l'entreprise.
- Remodelage des maquettes, ajustement des travaux à la politique de l'entreprise.
- Diagnostic du positionnement et du ciblage produit de l'Entreprise.

➤ Comprendre les règles de base du merchandising produit :

- Les règles de l'offre et de la demande ; la segmentation marketing ; les 4 grands axes de segmentation ; la segmentation concentrée ou « marketing de niche » ; les forces concurrentielles.
- Les différents types de merchandising, atouts et objectifs prioritaires.
- Valoriser l'offre par type de merchandising.
- Les choix associatifs ou créer des panoplies.
- Valoriser des produits « image » ou « séduction ».
- Méthodes et outils merchandising.

➤ Valoriser l'environnement de l'entité commerciale :

- Relayer une image professionnelle et de qualité ; organiser la préparation quotidienne de l'entité commerciale ; organiser le suivi des normes de présentation et de qualité.
- Intégrer la mission produit dans les priorités quotidiennes.
- Assurer la séduction de l'offre et des messages commerciaux ; optimiser l'utilisation des outils marketing.

Méthodes et outils



- Atelier créatif de visuels « image » hors produit ; puis de panneaux « tendance » produit.
- Modèle opérationnel issu de la théorie de PORTER.
- Etude de cas, « les différents types de merchandising »
- Atelier de réflexion et d'appropriation des outils merchandising.

- Atelier de préparation et de création de plans merchandising.
- Entraînement applicatif intensif terrain (2*1/2 journée).
- Livret participant, exercices d'entraînement, diagnostic, et outils de préparation de suivi et d'évaluation.

Tarif

Nous consulter

Calendrier

Nous consulter