

Formation Le merchandising

Commerçant Commercial / Vente

Référence de la formation : **C401**

Villes : **Strasbourg, Colmar**

Au travers du programme ci-dessous, le stagiaire sera capable, à l'issue de la formation de :

- Maîtriser les aspects pratiques du merchandising et ses critères de base
- Mesurer l'efficacité des choix d'implantation
- Intégrer les nouveaux comportements des consommateurs



**En présentiel ou
à distance** **Accessible**

Durée : **2 jours (14 heures)**

Tarif Inter : **890 € net**

[Tarif intra sur demande](#)

Mise à jour le 4 décembre 2025

Objectifs de la formation

- Comprendre les enjeux et l'importance du merchandising
- Mettre en scène les produits pour séduire le client et déclencher l'achat
- Maîtriser les aspects pratiques du merchandising et ses critères de base
- Mesurer l'efficacité des choix d'implantation
- Intégrer les nouveaux comportements des consommateurs

A qui s'adresse la formation ?

Public

Pré-requis

- Toute personne travaillant dans la vente
- Avoir de l'expérience dans le domaine de la vente

Les points forts de la formation ?

- Formation animée par un professionnel de la vente et de la relation commerciale

Programme de la formation

1. Introduction au merchandising

- Les origines
- Les enjeux
- Définitions et objectifs : 3 merchandisings : organisation, gestion, séduction
- Les règles de merchandising selon la nature du commerce : petite surface, grande et moyenne surface, entreprise de service et site marchand
- L'évolution des comportements et les attentes des consommateurs

2. Maîtriser les critères de base du merchandising

- Les 4 axes fondamentaux du merchandising
- Le merchandising d'opportunité

3. Le merchandising de gestion - se servir du merchandising comme levier de rentabilité

- L'espace disponible pour le client. Le COS, coefficient d'occupation des sols
- L'assortiment produit en physique et/ou à distance : large, profond, cohérence et complémentarité
- L'analyse de l'assortiment : La loi Pareto (20/80)
- La politique de prix
- La performance des linéaires
- Les indicateurs pertinents : indice de passage, d'achat, d'attractivité, de degré d'appel
- Les ratios de rentabilité/linéaire : indice de sensibilité au CA, à la marge...

4. Merchandising de séduction - les moyens d'action du merchandising pour animer les linéaires

- Les techniques nouvelles : Le « Cross merchandising »
- Le double placement, quand et comment le préconiser
- La valorisation du linéaire, Les TG et Tables d'impact
- La promotion des ventes, la rémanence
- La signalétique : La PLV et l'ILV
- L'expérience client :
 - La théâtralisation de l'offre produit
 - Les facteurs d'ambiance
 - Le merchandising : nouvelles technologies pour étonner, séduire, attirer le consommateur

Modalités de la formation

Modalités pédagogiques

Apports théoriques et applications concrètes Exemples et échanges
Application et mise en œuvre

Organisation

Formation en présentiel
Inter-Entreprises
Minimum 3 participants / Maximum 10 participants

Évaluation des connaissances

L'intervenant vérifie régulièrement au cours de la formation le degré d'atteinte des objectifs pédagogiques à travers des exercices d'application, des simulations ou des études de cas

Validation de la formation

Attestation d'évaluation des acquis
Attestation de suivi de formation

Livrables

Support de formation
Plan d'action personnel

Chiffres clés

93 %

de recommandation en 2024

90.5 %

de satisfaction en 2024

7266

nombre de stagiaires en 2024