

# 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 18 juin 2026

## 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

- Toute personne travaillant dans la vente

### Pré-requis

- 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. Maitriser 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

### Organisation

Formation en présentiel

et échanges  
Application et mise en œuvre

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

**92 %**

**de recommandation**  
en 2025

**93 %**

**de satisfaction**  
en 2025

**81 %**

**de réussite CCE**  
en 2025