Développer son efficacité commerciale

Les clés du merchandising

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | CIAL-C19MER | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 530 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Exposer les objectifs, principes et applications du merchandising, tant qualitatif que quantitatif.
- Présenter sa mise en œuvre en tant qu'élément du marketing mix.
- Améliorer sa connaissance du Shopper pour affiner sa stratégie merchandising et l'actualiser.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Aucun

Public concerné

Responsables commerciaux, futurs responsables marketing merchandising et trade marketing.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation

Orienter sa stratégie merchandising

- Inciter à l'achat, augmenter l'attractivité d'un point de vente... : analyser les avantages liés à la démarche merchandising.
- Maîtriser les étapes clés d'une démarche merchandising pour les déployer efficacement.
- Réaliser le diagnostic de son enseigne, sa catégorie ou sa marque pour évaluer les problématiques et le potentiel.
- Études consommateurs, panels distributeurs, audit en point de vente : sélectionner les données clés pour préparer sa recommandation merchandising.
- Déterminer ses cibles et la politique merchandising à déployer.

Organiser son offre point de vente pour guider le Shopper

- Décrypter les comportements d'achat pour adapter l'agencement global.
- Gestion des flux et COS, zones chaudes et zones froides : maîtriser les fondamentaux d'organisation d'un point de vente pour optimiser la circulation.
- Définir un concept magasin unique au service de l'expérience client : exemples et cas pratiques.

Assortiment : adapter l'offre produit par catégorie et cibles Shopper

- S'appuyer sur la typologie de category management pour construire son assortiment.
- Définir ses priorités pour optimiser son assortiment et concilier les besoins consommateurs avec les contraintes du lieu.
- Adapter son assortiment selon les performances des produits, les attentes des shoppers et les objectifs de rentabilité.

Implantation : Optimiser l'implantation et la mise en valeur des produits

- Organiser les familles et les produits en rayon selon le parcours et le comportement des shoppers.
- Construire un planogramme adapté aux contraintes de l'espace de vente et aux objectifs commerciaux.

- Capter l'attention du shopper avec une signalétique efficace et aux techniques de visual merchandising.
- Théâtraliser et mettre en scène son offre pour déclencher l'achat : exemples et études de cas.

Mesurer la performance de ses actions merchandising

- Déterminer les indicateurs clés et ratios de performance à suivre.
- Bâtir ses tableaux de bord merchandising avec son client : établir une collaboration efficace.
- Analyser les résultats et optimiser sa stratégie merchandising.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation des acquis :

Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.

Évaluation à chaud :

À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid :

À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.