

Merchandising : implanter son rayon

<p>Objectifs : - Définir les enjeux du merchandising magasin. Définir les différentes zones d'une GMS. Repérer les différents types d'achats des consommateurs. Repérer les règles de bases du merchandising magasin. Analyser le sens de circulation. Analyser les dernières tendances d'implantation. Analyser les chiffres et ratio clés.</p> <p>- Définir les objectifs de l'assortiment. Définir les différentes politiques des enseignes. Repérer les différents types de produits dans un assortiment. Repérer les spécificités d'un assortiment.</p> <p>- Définir les objectifs d'une implantation rayon. Définir les différents modes de présentation. Repérer les règles de bases d'une implantation.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u></p> <p>Toute personne souhaitant développer sa culture « grande distribution », ayant une responsabilité dans le choix des produits et de leur implantation, et souhaitant analyser les enjeux et stratégie des GMS.</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>🔗 Analyser l'implantation des GMS</p> <ul style="list-style-type: none"> 🔗 La règle des 6P 🔗 Les différents types d'achats et leur répartition 🔗 Les règles de bases 🔗 L'allocation des surfaces 🔗 Le sens de circulation 🔗 Les derniers concepts et les nouvelles tendances 🔗 Le sens de circulation client 🔗 La rentabilité et les chiffres clés <p>🔗 Construire son assortiment</p> <ul style="list-style-type: none"> 🔗 Les objectifs d'un assortiment 🔗 Les différentes stratégies (la segmentation) 🔗 Les marques nationales, les MDD, les premiers prix (chiffres clés) 🔗 La saisonnalité, la régionalité 🔗 Le nombre de références, leur répartition, leur évolution 🔗 L'espace moyen, les mètres linéaires 🔗 La rentabilité d'un assortiment <p>🔗 Implanter son rayon</p> <ul style="list-style-type: none"> 🔗 Les objectifs de l'implantation (CA, Marge, Productivité) 🔗 Le verticalisme, l'horizontalisme, les pavés 🔗 Les différentes zones du linéaire 🔗 L'allocation du linéaire 🔗 La capacité linéaire 🔗 Les indices de sensibilité 	<p>Le Formateur</p> <p>Spécialiste de la grande distribution.</p> <p>Moyens et pédagogie</p>  <p>Outre les apports théoriques illustrés de nombreux exemples et immédiatement suivis d'exercices pratiques, la formation est construite sur le vécu et l'échange d'expérience.</p> <p>Intra entreprise France entière et International</p> <p>Tarif inter par personne</p> <p>3 jours</p> <p>1 550 €</p> <p>Réf : DI008</p>