

# séminaire

# Merchandising visuel

MARDI 30, MERCREDI 31 MARS  
& JEUDI 6 MAI 2010

JEUDI 23, VENDREDI 24  
SEPTEMBRE & MARDI 26  
OCTOBRE 2010

DURÉE : 3 JOURS

LIEU : **INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE**  
36, QUAI D'AUSTERLITZ 75013 PARIS

PRIX : 1 760 EUROS HT

**Du concept à la réalité terrain**, ce stage vous permet d'acquérir les fondamentaux du merchandising. Alternant études de cas merchandising et ateliers de mise en pratique et visites en magasin, il vous apporte **les outils pour maîtriser l'ensemble des techniques qui concourent à la mise en place d'une politique merchandising aboutie.**

Directeurs et responsables marketing, commerciaux, merchandising et réseaux, responsables de boutiques, vous trouverez ici les éléments clefs d'une bonne maîtrise du merchandising.

**avec Christophe BARTHELEMY,**

directeur – Faire Play

#### FONDAMENTAUX

- Historique, enjeux et organisation interne
- Les bases du merchandising, le merchandising des couleurs
- Maintenance et actualisation du merchandising par les équipes de ventes
- Comprendre les consommateurs et ses motivations d'achats

#### MERCHANDISING DE COLLECTION

- Créer une structure de collection en phase avec votre (vos) réseau(x)
- Traduire la structure d'une collection retail dans l'espace de vente

#### STRATÉGIE MERCHANDISING VISUEL ET STRATÉGIE RETAIL

- Concept merchandising : La belle histoire, du magasin à la vitrine
- Savoir créer ses propres principes merchandising visuel
- Sensoriel & interactive consommateur : impliquer le client

#### MERCHANDISING DE RENTABILITÉ

- Piloter et mesurer par la gestion dynamique des ventes
- Les réseaux : diversité des surfaces, des formats, des performances, des localisations

#### LES OUTILS

- Benchmark et Store check
- Book et flash merchandising, le top 30 des ventes
- Le SAMU Merchandising (plus avec moins)

Visite in situ : les clés pour observer, analyser et comprendre une stratégie de merchandising

Workshop : travail en sous groupe sur une étude de cas

**INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE**