

13 - 10

SAVOIR METTRE EN AVANT LES PRODUITS DE SON LIBRE SERVICE

PUBLIC

Vendeur Libre Service

PRÉREQUIS

Idéalement, avoir un début d'expérience en LS

DURÉE

2 jours / 14 heures

NIVEAU spécialisation 1

Acquisition / Consolidation des fondamentaux

OBJECTIFS

SAVOIR-FAIRE commercial

- » Mettre en valeur les produits, les nouveautés et les promotions
- » Dynamiser l'espace de vente pour inciter le client à découvrir de nouveaux produits
- » Organiser et mettre en œuvre des actions et des animations commerciales
- » Agir sur la mise en avant des produits pour développer les ventes

SAVOIR commercial

- Comprendre les attentes et les motivations de la clientèle professionnelle d'un libre service au sein d'un négoce
- Connaître les règles à respecter pour répondre à ses attentes
- Posséder les techniques de la mise en avant des produits qui mobilisent l'attention, suscitent l'intérêt et déclenchent l'achat

PROGRAMME

Donne les essentiels sur les techniques de mise en avant des produits en libre-service

L'ORGANISATION ET L'ANIMATION D'UN LIBRE SERVICE

- Les attentes des professionnels : facilité de recherche, disponibilité, bonnes affaires, conseils ...
- L'organisation d'un libre service : principes d'implantation du L.S, sens de circulation, zones froides, zones chaudes, rentabilité verticale, durée de vie, la règle de KEPNER les 20 / 80, logique d'implantation des rayons et des produits, étude des facing, signalétique, balisage, affichage
- La théâtralisation des produits : linéaires, têtes de gondoles, podiums, sas, cross-marketing, facing, durée de vie de la mise en scène, démonstrations, animations vidéos...
- La mise en avant des promotions : plan d'action promotionnel, calendrier des promotions
choix des emplacements et principes de mise en avant
signalétique, ILV, PLV, animation...
- Le suivi de la concurrence : visite de la concurrence et prise en compte des évolutions en termes de gamme et de prix sur les produits majeurs



L'ANALYSE DE L'ORGANISATION ET DE L'ANIMATION D'UN LIBRE SERVICE

Cette deuxième étape se déroule dans le libre service de l'agence, située à proximité du site de formation. Les participants ont pour exercice :

- d'analyser : l'organisation du libre service : implantation générale, univers, ambiances
signalétique : balisage, affichage, cross marketing
l'implantation des produits : présentation, effet masse, quantitatif, ...
et des promotions la qualité et la pertinence de la PLV et ILV, des animations...
- de repérer leurs lacunes et de proposer des améliorations

Le formateur guide et aide les stagiaires à s'approprier les fondamentaux de la mise en avant des produits en libre service

Outils
Méthodes

Pédagogie active et participative : exposés, synthèses, quizz, exercices, mises en situation, analyses Livret formation - Évaluation des acquis : quizz, exercices - Évaluation de la formation « à chaud »