

13 - 10

**SAVOIR METTRE EN AVANT LES PRODUITS DE SON LIBRE SERVICE**

PUBLIC	PRÉREQUIS	DURÉE	NIVEAU spécialisation 1
Vendeur Libre Service	Idéalement, avoir un début d'expérience en LS	2 jours / 14 heures	Acquisition / Consolidation des fondamentaux



SAVOIR-FAIRE commercial	SAVOIR commercial
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Mettre en valeur les produits, les nouveautés et les promotions</li> <li>» Dynamiser l'espace de vente pour inciter le client à découvrir de nouveaux produits</li> <li>» Organiser et mettre en œuvre des actions et des animations commerciales</li> <li>» Agir sur la mise en avant des produits pour développer les ventes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Comprendre les attentes et les motivations de la clientèle professionnelle d'un libre service au sein d'un négocie</li> <li>↳ Connaître les règles à respecter pour répondre à ses attentes</li> <li>↳ Posséder les techniques de la mise en avant des produits qui mobilisent l'attention, suscitent l'intérêt et déclenchent l'achat</li> </ul>



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 LS, 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 »