

GRAINE DE COMPAGNIE et GOOD 2 KNOW

vous présentent des ateliers-formation vous permettant de vous différencier de vos concurrents en y apportant la personnalisation qui vous fera gagner des parts de marché et accroître votre CA.

BRANDING

Objectifs pédagogiques : Asseoir l'Identité de la marque pour les collaborateurs sièges et magasins. **Durée en plénière :** ½ journée (4 heures). **Participants :** Toutes les équipes.

Méthodologie : Histoire et Culture de l'enseigne.

- Territoire et Personnalité de la marque.
- Couleurs, logos, matières.
- Comprendre et analyser la cible de la marque et ses besoins.
- Utilisation des différents codes et adaptation en magasin.
- Déclinaisons de l'Identité de marque pour les supports commerciaux (catalogues, leaflets, PLV/ILV).

LE MERCHANDISING STRATÉGIQUE

Objectifs pédagogiques : Comprendre à quoi sert le merchandising, qu'est ce qu'un point de vente attrayant, pourquoi est-ce la clé de voûte du retail. **Durée :** 2 journées

NOMBRE DE PARTICIPANTS MAXI SUR LA SESSION : 25 PERS.

Méthodologie : apports théoriques, workshops.

Dans le cadre de ce module, les workshops seront réalisés sur la base de votre bible merchandising.

Journée 1_Module 1 :

- Qu'est-ce que le Merchandising stratégique, pourquoi faut-il le construire en amont, lors des achats.
- Les différentes définitions du merchandising.
- Le merchandising d'organisation.
- Le merchandising de gestion.
- Le merchandising de séduction.
- Établir une stratégie merchandising : le plan d'action.

Module 2 :

- Le parcours client
- La segmentation
- L'équilibre des rayons en fonction des surfaces et du CA

Journée 2_Module 1 :

- L'accès au produit au sein de l'espace de vente :
- Implantation du magasin : Gestion des zones en fonction du plan d'action merchandising. Zoning du magasin : zone chaude et la zone d'attaque, gestion des autres zones du magasin.
- Les sens de lecture (horizontal, vertical, dynamique) et les rythmes, les ruptures.
- Construction du mural : Techniques de mise en avant des produits (par marge, par importance marketing, etc...).
- Gestion du mobilier central : Typologies d'utilisation du mobilier central en fonction du plan d'action merchandising & le cross-merchandising.
- Utilisation de la PLV sur le PdV.

Module 2 : Workshop sur les plans des magasins.

THEATRISATION ET SCENOGRAPHIE des zones d'animations commerciales

Objectifs pédagogiques : Savoir construire un podium intérieur en cohérence avec la cible de clientèle, la gamme de produits. Savoir décliner une opération commerciale en fonction de la typologie du lieu de vente. Durée : 1 journée

NOMBRE DE PARTICIPANTS MAXI SUR LA SESSION : 20 PERS.

Méthodologie : apports théoriques.

Module 1 :

- La vitrine comme média.
- Application du plan d'action commercial.
- Le podium Image.
- Le podium Produit.
- Le podium Promotionnelle.
- Concevoir la théâtralisation d'une opération en fonction des différentes typologies architecturales et du parcours client.
- Savoir adapter la PLV : du brief client à l'installation de l'opération sur le lieu de vente

Module 2 :

- Techniques de constructions de vitrines : la composition, la triangulation et le point de focus visuel, la gestion de l'espace, la PLV. Techniques de présentation des produits : le groupe, la masse, l'unitaire.

RETAIL TOUR : Convention pour le comité de direction orientée business

Objectifs pédagogiques : Connaître et savoir détecter les nouvelles tendances, aller à la rencontre de nouveaux concepts innovants, cohérents, afin de nourrir l'ensemble de la réflexion stratégique d'une marque ou d'une enseigne. Durée : nombre de journées à déterminer en fonction du pays et de la ville choisie.

Méthodologie : Sélection d'une ville, mise en place d'un programme avec road-book et sélections des points de vente et/ou lieux importants à visiter. Comprendre et décrypter les nouveaux comportements, analyser les lieux de consommation émergents, déterminer les tendances du commerce de demain. Remise d'un compte-rendu.

Adaptation au cahier des charges précis de l'enseigne. Sur-mesure.

TARIF DES ATELIERS

1 atelier : 1500 € HT la journée *sauf pour le retail tour (Nous consulter)*
Atelier "Branding" : 750 € HT (1/2 journée) *ou une journée avec atelier pratique l'après-midi*
pour répondre à votre problématique

Formations agréées : Convention pour prise en charge possible par vos organismes .

UNE JOURNÉE ANIMÉE PAR



Hélène Lafourcade : Architecte et Styliste, 25 ans d'expérience en Marketing. Directrice de l'Image et du Merchandising des Galeries Lafayette pendant de nombreuses années, j'ai créée GOOD2KNOW avec 2 associés. Good2Know est un pôle de compétences apportant des solutions pour imaginer, développer et transmettre la communication d'une marque sur son lieu de vente : Ré-enchanter les magasins pour séduire les consommateurs et développer son chiffre d'affaires.

RENSEIGNEMENTS

Valérie Langendorff
v.langendorff@groupej-sas.com

06 71 91 29 28

Hélène Lafourcade
h.lafourcade@good2know.fr

06 30 15 76 66

INSCRIPTIONS

conference@groupej-sas.com

01.34.84.70.60