



Fondamentaux du MERCHANDISING en OFFICINE Niveau 2

Le Merchandising est un levier de performance incontournable en pharmacie. Il repose sur des techniques et stratégies visant à proposer une expérience d'achat agréable pour le consommateur et à augmenter la rentabilité du point de vente.

L'objectif de cette approche est de toujours adapter l'offre aux besoins des clients et de présenter les produits de manière adéquate. Afin d'assurer l'efficacité d'un Merchandising et de rendre l'officine attrayante, il est essentiel que l'équipe soit formée.

OBJECTIFS

- Revoir les fondements du Merchandising
- Comprendre le fonctionnement de l'espace de vente et le parcours client
- Connaître les univers de consommation
- Optimiser la rentabilité linéaire
- Maîtriser toutes les règles liées à l'implantation (avant, pendant, après)
- Maintenir une présentation optimale des produits

PROGRAMME

Rappel des fondamentaux du Merchandising

La règle des 6B
Les différents types de Merchandising
Les 3 axes du Merchandising

Le comportement du consommateur

Connaissance de la zone de chalandise et ses clients
Le comportement d'achat
Les besoins du consommateur

Les univers de consommation

Présentation des univers de consommation
Organisation des segments vs poids dans le chiffre d'affaires
Définition de l'assortiment

Zoning et plan de masse

Le parcours client
La répartition des univers
Le mobilier et accessoires

La préparation d'une implantation

Organisation en vue de l'implantation
Adaptation du mobilier et réalisation d'un squelette
Les bonnes pratiques d'implantation

Le Merchandising dans le temps

L'implication de l'équipe
Les erreurs à ne pas commettre
Suivre les tendances

Retour d'expérience

Vos réussites
Echanges de bonnes pratiques
Difficultés rencontrées

Apports complémentaires

en fonction de vos points prioritaires qui seront définis en concertation

DUREE

2 jours

PUBLIC

Toute personne concernée
par l'optimisation des ventes :
pharmaciens, délégués
pharmaceutiques,
visiteurs médicaux, etc.

Pré REQUIS

niveau débutant ou intermédiaire

PEDAGOGIE

Apports théoriques.
Exercices pratiques
avec mise en situation
à chaque étape.
Etudes de cas.
Réponse à toutes les
interrogations en rapport
avec la fonction.

EVALUATION

Auto-évaluation de positionnement
par entretien ou questionnaire.
Auto-évaluation des acquis de la
formation par questionnaire
amenant à une réflexion
sur un plan d'actions.

SANCTION DE LA FORMATION

Une attestation de formation
sera envoyée post formation.

INTERVENANTS

Selon le thème de la formation,
CQFD sélectionne
un pédagogue possédant
une expérience significative,
une maîtrise opérationnelle
et un profil particulier :
sophrologue, psychologue,
neuropsychologue, ergonome,
ergothérapeute,
senior manager,
chef de cuisine, gouvernante,
journaliste, animateur,
ex-policier, etc...

TARIFS

Inter-entreprises à Paris,
Intra-muros en France entière :
Les tarifs sont disponibles
en bas de la page internet
du dit programme
www.cqfd-formation.fr

Vidéo de présentation

