

Formation Merchandising : agencement et vitrines (en individuel)

Création d'entreprise - Entrepreneuriat - 2026



La formation en résumé

Vous souhaitez lancer votre commerce prochainement ou reprendre un commerce existant ?

Dans un environnement fortement concurrencé, le commerçant a besoin de se démarquer par son merchandising. La présentation marchande sur le point de vente est primordiale pour capter l'attention, séduire et amorcer la démarche d'achat. Lors de cette formation vous intégrerez comment optimiser votre point de vente, agencer vos linéaires et valoriser vos produits pour augmenter les performances de votre magasin, comment mettre en valeur vos vitrines pour générer plus de trafic, tout en favorisant le confort du point de vente.

Cette formation fait partie du [cycle Créateur Commerçant](#) qui peut sous certaines conditions être éligible au CPF.

Les + de la formation : cette formation en individuel permet d'identifier les pistes de développement ou d'amélioration de votre point de vente / commerce avec des pistes concrètes et personnalisées conseillées par notre formatrice experte en merchandising.

Objectifs :

- Acquérir des outils opérationnels pour mettre en valeur les produits et services dans le point de vente, à travers un agencement et un merchandising efficaces
- Construire un parcours client optimisé en fonction de la configuration de votre magasin pour améliorer l'expérience d'achat
- Utiliser des techniques de présentation visuelle et théâtralisation pour valoriser vos produits et maximiser les ventes
- Créer des vitrines attractives qui communiquent efficacement l'identité de la marque

Participants :

- Commerçants, artisans, responsables de magasin, animateurs de show?room et toute personne chargée de la présentation des produits sur le point de vente
- Créateurs et repreneurs d'un commerce

Prérequis :

Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier

1 495 €

(non assujetti à la TVA)

Formation en tête à tête avec le formateur pour travailler

sur le point de vente actuel ou futur du participant.

Démarrage garanti sous 2 mois après inscription.



2 jours



/ 9 heures en 2 séances de
3h et 6h, en présentiel ou
en distanciel , à définir avec
le participant - Dates nous
consulter



Mises en situation

Dates et villes

À distance -

Sessions à venir - Nous contacter

Lyon - 04 72 53 88 00

Sessions à venir - Nous contacter

Le contenu

LES CLES DU MERCHANDISING POUR METTRE EN PLACE UN AGENCEMENT EFFICACE et FONCTIONNEL

- Comprendre comment le merchandising peut renforcer l'image de marque.
- Introduction à l'agencement commercial et de l'organisation de l'espace de vente : importance de l'ergonomie et de l'accessibilité
- Les tendances :
 - Les tendances des différents marchés retracées en termes de styles, matières, et couleurs
 - Les nouveaux comportements d'achat des consommateurs et nouveaux points de vente : de l'étagiste au «flagshipstore» ...
- Apprendre à valoriser les produits grâce à des techniques de merchandising visuel
 - Approches stylistiques
 - Choix des couleurs, des matières et des lignes
 - Organisation par gammes, couleurs, tendances et saisons.
 - Présentation des produits phares et mise en avant des promotions.
- Adapter le concept du magasin à l'espace disponible pour garantir une cohérence visuelle et fonctionnelle
- Optimiser le parcours client :
 - Zones chaudes et zones froides du point de vente
 - Techniques pour guider le client à travers le magasin
 - Signalétique
- Agencement et mise en valeur des produits :
 - Implantation et disposition des produits en fonction des catégories et de la cible
 - Impact de l'agencement sur la prise de décision d'achat

ADAPTER A SON CONCEPT DE MAGASIN

- Adapter l'image de marque à l'espace de vente
- Création de cohérence entre l'agencement et la communication visuelle
- Définition de son concept : trouver la bonne stratégie de séduction et l'appliquer à son point de vente, à sa cible, à son marché et à son positionnement
- Définition de son univers de référence
- Analyses de point de vente et concepts innovants en lien avec l'univers ou le projet du participant

REUSSIR VOS VITRINES

- Intégrer le rôle de la vitrine dans votre point de vente : impact des vitrines sur les passants et sur la perception de la marque et de la décision d'achat
- Choisir le bon produit et s'adapter à la cible visée
- Apprendre à concevoir des vitrines qui attirent l'attention et captivent les clients
 - Techniques de création de vitrines attractives :
 - Choix des couleurs, des matériaux et de l'éclairage : analyser le cercle chromatique et maîtriser le symbolisme et le langage des couleurs
 - Utilisation des tendances saisonnières et événementielles.
 - Manier les volumes : emplacements porteurs, équilibrer les volumes et les lignes, savoir comment éclairer et déterminer les solutions de lumière adaptées à chaque type de commerce
- Théâtralisation des produits et services : mettre en scène les produits de manière à raconter une histoire, valoriser le décor sans voler la vedette au produit
- Utiliser les vitrines comme un levier de communication et d'image de marque
 - Communiquer efficacement avec ses vitrines
 - Concevoir et réaliser une vitrine thématique
- Créer un planning annuel : organiser la rotation des vitrines
- Intégrer les vitrines dans la stratégie globale du magasin, en tenant compte des tendances actuelles et des médias sociaux :
 - Développer son image sur la toile
 - Réaliser percutant un post pour les réseaux sociaux

MISE EN PRATIQUE ET PLAN D'ACTIONS INDIVIDUEL

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation en individuel avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : analyses de pratiques, mises en situation, cas réels de point de vente

Support de formation remis aux participants.

Formation animée par un formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs adhèrent à notre charte pédagogique « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Un questionnaire d'analyse des besoins et de positionnement est envoyé en amont

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un échange est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Environnement pédagogique spécifique distanciel :

L'ensemble des outils utilisés pour l'animation de nos formations à distance regroupe les fonctionnalités permettant de recréer toutes les conditions d'une formation en présentiel : partage de documents, partage d'écran, individualisation de la prise de parole. Les informations de connexion, comprenant les identifiants (login) et les mots de passe (mdp), sont fournies lors de la convocation à la formation.

Matériel requis :

Un ordinateur avec une connexion à Internet haut débit

Un microphone et une caméra pour faciliter les échanges en temps réel

Une adresse mail pour la réception du lien de connexion à la classe virtuelle

Un téléphone portable compatible avec la technologie 4G, au cas où une connexion de secours serait nécessaire

Nous nous engageons à fournir un environnement pédagogique convivial et efficace, tout en veillant à ce que nos participants aient accès aux outils et aux ressources nécessaires pour tirer le meilleur parti de nos formations à distance

