

OBJECTIF ATTENDU :

Connaître et exploiter son environnement marketing et merchandising pour augmenter son CA

PROGRAMME :

BRAINSTORMING (vente/marketing)

Tour de table permettant la personnalisation des objectifs de chacun

LA VENTE (APMC)

Objectif :

Faire prendre conscience que l'expérience du professionnel n'est pas le seul élément à prendre en considération pour augmenter son CA.

L'ÉTAT DES LIEUX

Travail sur **l'agencement** avec une première approche du merchandising (vente indirecte)

Exercice : Visionnage de différentes photos du catalogue Perennis, analyse des points positifs et négatifs (*travail en commun*)

LA VISITE

Exercice :

Déterminer la trame ainsi que les éléments matériels (télé, PLV, book,...) permettant la découverte de votre point de vente

LE DIGITAL

- Bases de la communication digitale
- Optimisation des pages jaunes et de Google My Business
- Conseils pour optimiser son site web : arnaques à éviter

L'ESPACE D'ACCUEIL

- L'accueil et vous
- Aspect général du point de vente / de la vitrine
- L'entrée et l'ambiance de votre PDV

Exercice : Visionnage anonyme des photos amenées par les participants

LE FICHER CLIENT

- Comprendre l'intérêt d'un fichier client
- Quel logiciel de gestion est fait pour vous ?
- Optimiser l'utilisation de son logiciel
- Nouvelle norme RGPD

SUIVI & ÉVALUATION : un diplôme sera remis à l'issue de la formation. Un débriefing est apporté en continu lors de la formation, soit de façon collective ou individuelle en fonction des participants.

Nom du formateur : Perren Nicolas

+ de 15 ans d'expérience dans le domaine, spécialisé en audit, conseils et formations.

Durée : 16 heures

Lieux de formation : PARIS / LILLE / STRASBOURG / NANTES / LYON / BORDEAUX / CLERMONT FERRAND / TOULOUSE / MARSEILLE

Public concerné : chefs d'entreprise et salarié(e)s

Coût : 496€ HT

Méthodes et moyens pédagogiques : dossier technique remis au stagiaire, exposés théoriques et pratiques, études de cas rencontrés par les stagiaires, supports informatiques mis à disposition (1 ordinateur / personne), locaux = salles de séminaire

Objectif :

Permettre à chaque participant d'apprendre à analyser un point de vente de manière objective.

Objectif :

Cela permet au participant d'avoir l'avis d'autres professionnels, ce qui l'aide pour sa propre remise en question