













Etalagiste initiation

 Durée	2 Jours - (16 Heures)	 Modalité d'accès	Aucune
 Pré-requis	Avoir le sens de la créativité serait un plus	 Date	Voir convention
 Public	Boulangerie, pâtisserie, chocolaterie, pour les artisans, le personnel chef de rayon et équipe de vente.	 Lieu	INTRA
 Intervenants	Formateur issu du commerce	 Délai d'accès	Définir avec l'entreprise
 Nb participants	1 à 5	 Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap
 Prix	Voir convention	 Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :

Alternance d'apport théorique et d'entraînements. Mise en pratique par les stagiaires sur des cas types et/ou sur des cas typiques de l'entreprise. Exemples concrets et étude de cas permettent aux stagiaires de s'approprier les principes et méthodes de présentation et mise en valeur

Outil pédagogique :

Supports papiers

Évaluation :

Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie.

Validation :

Attestation de fin de stage

OBJECTIF

Utiliser les vitrines pour valoriser l'image du commerce et stimuler les ventes - Savoir créer des ambiances attractives et harmonieuses - Savoir mettre en scène ses produits en suivant les règles de base de l'étalage

PROGRAMME

JOUR 1 :

Étude des différents profils clients

- Analyser sa cible, son marché et son positionnement
- Les nouveaux comportements d'achat des consommateurs

Approche marketing

- Les tendances des différents marchés retranscrits en termes de styles, matières et couleurs
- Trouver la bonne stratégie de séduction et l'appliquer au point de vente

Données fondamentales pour présenter efficacement ses produits ou services

- Identifier les règles de construction
- Règles de base, le triangle, la pyramide
- Règles d'or / Emplacements porteurs
- Equilibrer les volumes et les lignes
- Les différentes méthodes de présentation de vitrine en fonction du choix des produits et de la politique commerciale décidée
- Adapter les décors au calendrier commercial : fêtes....
- Accessoiriser pour vendre plus

L'étiquetage

- La place de l'étiquette prix

Vitrines pratiques

JOUR 2 :

3 types de disposition

- Par groupe
- Symétrique
- Dispersée

Sélection des couleurs, des matières, des impressions, des objets, du mobilier

- Connaitre les principes de la couleur
- Analyser le cercle chromatique
- Maîtriser le symbolisme et le langage des couleurs
- Les fioritures et le rembourrage

Le rôle de l'éclairage

- La lumière et ses bases
- La lumière naturelle – l'orientation
- La lumière artificielle – éclairer une vitrine (ambiance, ponctuel, coloré, etc...)

- etc...)
- L'éclairage direct ou indirect – l'ombre et a lumière
- Mise en scène autour d'une thématique
- Sélection, présentation, recherche d'un thème
- Les réflexes essentiels pour une mise en scène