





## Etalagiste : optimiser sa vitrine perfectionnement

 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

Comment parvenir à un bon concept de communication commerciale et artistique pour optimiser sa vitrine et attirer le client afin de lui donner l'envie d'entrer et d'acheter

## PROGRAMME

### JOUR 1 :

#### La vitrine 1er outil de communication

- Mettre au point une stratégie de communication à travers la vitrine
- Approfondir les fondamentaux (composition : savoir créer un point d'intérêt, couleurs : savoir les sélectionner/ les associer, rotation et
- Apporter des techniques de présentations pertinentes et proposer des thématiques dans le but de séduire la clientèle.

#### La politique de la marque

- Les architectures de la marque : relations entre marque et produits
- Travailler sur les thèmes en tenant compte des impératifs commerciaux et des moyens techniques utilisés en décoration

### JOUR 2 :

#### Les facteurs clés du succès

- Définir son positionnement commercial (stratégie, tendance, concurrence).
- L'évolution des tendances (décoration, architectures, mode)
- L'importance d'un visuel
- Donner vie aux choses pour que la clientèle s'identifie à ce qu'ils voient
- La petite touche qui provoquera le déclic dans la tête du passant.

#### La communication

- Travail de réflexion et de création à effectuer en amont
- S'inspirer de ses expériences (observer les gens, leur look pour créer et rassembler les différentes pièces du puzzle)