

Merchandising

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthode d'enseignement:** En présence
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Description

L'objectif du cours est de donner aux étudiants les éléments d'optimisation de linéaires :

- Optimiser l'allocation d'espace entre différentes catégories
- Analyser et construire des assortiments

Heures d'enseignement

Merchandising - TD	TD	6h
Merchandising - CM	CM	8h

Programme détaillé

1/ L'implantation des grandes masses dans le magasin

1.1 Consommateur et magasin

1.2 Positions et dimensions

1.3 Circulation des clients

2/ L'implantation des produits en linéaire

2.1 Perception

2.2 Répartition

2.3 Présentation

3/ Agencer la surface de vente

3.1 La notion d'unité commerciale

3.2 Les principes d'aménagement de l'espace de vente (organisation de la circulation dans le magasin, implantation des rayons, les univers)

3.3 L'ambiance du point de vente (l'intérieur et l'extérieur)

3.4 Mettre en valeur les produits et les services

3.5 La mise en valeur de l'offre (produits et services)

3.6 L'étude du linéaire (analyse de la séduction d'un rayon : indice d'achat, passage...+ analyse quantitative : panier moyen, rotation des stocks...)

3.7 L'adéquation du linéaire au chiffres et à la marge (indice de sensibilité + analyse)

3.8 Les particularités des points de vente virtuels

Compétences visées

Fonctions d'encadrement, de vente, de marketing et de logistique au sein d'une équipe de la grande distribution

Bibliographie

Pratique du merchandising. D.Mouton et G.Paris. 3e édition, Dunod

Le Merchandising : Bases, techniques, nouvelles tendances. A. Welhoff et J-E Masson. Dunod

Le Marketing sensoriel du point de vente : Créer et gérer l'ambiance des lieux commerciaux. S. Rieunier. Dunod

Management et gestion du point de vente DUNOD Mercator 2012

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr>