

Formation « Merchandising Visuel : Comment rendre une présentation produits plus attractive » Paris, 22 & 23 septembre 2020

PUBLIC VISÉ PAR LA FORMATION ET PRÉREQUIS

Public visé	Tous professionnels du tourisme et tourisme culturel
Formation tous publics	Non, réservée exclusivement au public visé
Métiers et fonctions concernés	Directeur d'équipement, responsable de boutiques, agent d'accueil
Durée d'activité professionnelle requise	Néant
Niveau minimum de connaissance requis	Aucun
Pré-requis	Aucun

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Objectif général	Être capable de valoriser une boutique et de la rendre attractive par la mise en scène des produits afin d'attirer le regard du visiteur, lui donner envie d'acheter et ainsi développer le chiffre d'affaires de l'activité
Compétences à acquérir	<ul style="list-style-type: none"> • Appréhender les différents champs du merchandising • Maîtriser les différentes techniques de présentation des produits • Être capable de raconter une histoire liée aux thématiques du site par la mise en scène des produits

CONTENUS DE LA FORMATION

Thèmes abordés	<ul style="list-style-type: none"> • Défis d'une boutique de sites culturel ou touristique • Identité visuelle, ligne de produits exclusifs • Merchandising d'organisation = cadre pour la présentation des produits • Principes visuels • Combinaisons de produits • Présentation • Merchandising relationnel • Guide des bonnes pratiques <p>Cf. programme détaillé ci-dessous en pages 5 à 8</p>
Compétences développées pendant la formation	<ul style="list-style-type: none"> • Appréhender les différents champs du merchandising • Maîtriser les différentes techniques de présentation des produits <p>Être capable de raconter une histoire liée aux thématiques du site par la mise en scène des produits</p>
Apports théoriques, pratiques, méthodologiques	<p>Apports théoriques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • merchandising : storytelling, création d'univers de consommation, techniques de présentation, ... • process de mise en rayon des produits dans la boutique <p>Apports pratiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • visite de boutiques permettant aux stagiaires de se confronter à d'autres expériences de mise en place de produits • conseils personnalisés (les participants sont invités à apporter des photos de présentations intérieures ou des photos de vitrines, antérieures à la formation et réalisées par leurs soins) <p>Apports méthodologiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • techniques de merchandising • remise de la copie du diaporama commenté lors de la formation en présentiel • remise d'un guide des bonnes pratiques du merchandising visuel

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Moyens mis en œuvre	Salle de formation équipée d'ordinateurs, vidéoprojecteur, paperboard et connexion Wifi pour une formation en présentiel
Méthodes et techniques d'animation	<ul style="list-style-type: none"> • commentaire d'un diaporama de 300 diapos avec parties théoriques et illustration par de nombreux exemples de boutique similaires • échanges avec les participants sur leurs problématiques spécifiques • travail en groupe (en salle sur le positionnement des produits dans l'espace, pendant les visites, puis synthèse en commun)
Suivi pédagogique	Les formateurs remettent leurs adresses email et leur n° de téléphone aux stagiaires afin que ceux-ci puissent les contacter après la formation en cas de besoin

ÉVALUATION ET SANCTION DE LA FORMATION

Appréciation de l'acquisition ou l'amélioration des compétences	<ul style="list-style-type: none"> pas d'évaluation en amont l'évaluation des acquis de formation porte sur les connaissances de fond, les descriptions de process et se matérialise par un QCM sur l'ensemble des sujets du présentiel
Champs de l'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> déroulement de l'action (mesure de la satisfaction globale des stagiaires sur l'organisation, les qualités pédagogiques du formateur, les méthodes et supports utilisés...) acquis de la formation (atteinte des objectifs et effets sur la pratique professionnelle via un questionnaire à réponses ouvertes, des connaissances et compétences acquises lors de la formation via un QCM)
Sanction	Remise d'une attestation individuelle de formation

QUALITÉ DES FORMATEURS

Noms, titres et professions des formateurs	<ul style="list-style-type: none"> Joëlle Marty, consultante et formatrice auprès de l'Association Museum & Industries Cécile Vignesoult, consultante et formatrice auprès de l'Association Museum & Industries
Expérience / compétences en lien avec les contenus de formation	<ul style="list-style-type: none"> L'Association Museum & Industries (www.museumindustries.com), créée en 1996, a pour objet l'étude, la réflexion, la promotion et le développement des activités liées aux produits dérivés du patrimoine artistique, culturel et éducatif, et, plus généralement, celles liées à l'accueil des publics. Pluridisciplinaire, opérationnelle et spécialisée dans le secteur des musées, du patrimoine et du tourisme culturel, l'équipe de consultants et formateurs dispose d'une solide expérience du terrain, maîtrise les processus de fabrication, possède les techniques du marketing, du merchandising et de la gestion et a acquis une vision claire de l'évolution du marché. Les formateurs de l'Association Museum & Industries ont, préalablement à leurs activités actuelles, géré une ou plusieurs boutiques de sites culturel ou touristique. L'Association Museum & Industries a formé plus de 1.000 gestionnaires de sites culturels et responsables de boutiques, et assisté plus de 60 sites patrimoniaux et culturels dans le développement de leur activité éditoriale et commerciale.
Organisme de formation	L'association est enregistrée sous le numéro 11753563275 auprès du Préfet de la région Ile-de-France (n° d'organisme de formation)

DURÉE ET MODALITÉ D'ORGANISATION

Durée	Nombre de jours : 2	Nombre d'heures total : 14
Dates	22 & 23 septembre 2020	
Horaires	9h30 - 17h30	
Lieu	Paris	
Organisation	En continu	
Taille du groupe	4 personnes minimum, 14 au maximum	
Prix	<ul style="list-style-type: none">• 1.250 € HT pour 1 personne – 450 € HT pour la 2^{ème} personne d'une même structure (comprenant les repas de midi)• Chaque structure peut ainsi constituer une équipe de 2 personnes• La formation peut s'inscrire dans le cadre d'une convention de formation professionnelle	
Annulation	<ul style="list-style-type: none">• Toute annulation intervenant moins de 20 jours avant la date de la formation entraînera la facturation à l'entreprise de 50 % des frais d'inscription. Toute annulation intervenant moins de 72 heures avant la date de la formation entraînera la facturation complète des frais d'inscription à l'entreprise.• L'association Museum & Industries se réserve le droit d'annuler ou de reporter les stages dont l'effectif serait insuffisant	

Jour 1

9h30 – 10h00 : Accueil, tour de table des participants et présentation de la formation

10h00 – 10h30 : Défis d'une boutique de sites culturel ou touristique

- Cadre = évolution du tourisme culturel
- Objectifs et exigences d'une boutique
- Respect de la thématique ou l'art de raconter une histoire par les produits et leur présentation
 - structure
 - éléments

10h30 – 11h00 : Identité visuelle, ligne de produits exclusifs

- Identité de l'équipement / identité propre ?
- Chaîne signalétique
- Exemples de lignes de produits exclusifs

11h00 – 12h00 : Merchandising d'organisation = cadre pour la présentation des produits

- Domaines du merchandising
- Objectifs et contraintes de l'aménagement
- Emplacement de la boutique
- Flux d'entrée / sortie
- Délimitation des zones chaudes & froides
- Flux à l'intérieur de la boutique
 - parcours d'achat
 - univers
 - placement des produits
- Positionnement des univers, lignes, familles de produits
- Ambiance et signalétique générale
 - style
 - signalétique générale
 - exemple de balisage rayon
- Mobiliers
 - multi produits / produits spécifiques
 - couleur
 - forme

12h00 – 13h00 : Principes visuels

- Objectifs
- Règles visuelles
 - règle de 3
 - couleur
 - éclairage
 - théâtralisation
 - lecture des produits
- Impact visuel des mobiliers

- meuble mural
- meuble central

13h00 – 14h00 : Repas pris en commun

14h00 – 14h30 : Combinaisons de produits

- Mise en avant
- Cross-selling
- Cross-merchandising
- Up-selling

14h30 – 16h30 : Présentation

- Modes de présentation
 - masse
 - linéaire
 - unitaire
 - groupe
 - vrac
- Aides à la mise en scène
 - support de présentation
 - décor de rayon
- Exemple de la librairie-boutique du musée du Louvre
 - plan d’implantation de la boutique
 - zoning et flux
 - 5 univers de la boutique
 - mobiliers
 - assortiment de l’univers « souvenir »
 - modes de présentation de l’univers « souvenir »
- Présentation des livres
 - organisation du rayon
 - types de présentation : facing, tranching, épi, pile, bac
 - étagère murale
 - table à livres
 - ouvrages de la ligne éditoriale
- Présentation des objets
 - textile
 - bijoux
 - jeux et jouets
- Présentations spécifiques
 - produits d’exposition temporaire
 - produits de comptoir
- Vitrines
 - objectifs et contraintes
 - étapes
 - règles
 - exemples

16h30 – 17h30 : Merchandising relationnel

- Étiquetage, signalétique et mise en scène du prix
 - signalétique d'appui
 - cartel de prix
 - cartel produit
- Sacherie et emballage
- Programmes de soutien

17h30 : Fin de la première journée

JOUR 2

9h30 – 12h30 : Visites

- Vitrites du Carrousel du Louvre
- Librairies-boutiques du Musée du Louvre
 - Espace souvenir
 - Librairie
 - Espace cadeau
 - Espace enfant
 - Comptoir de vente de l'espace Denon
- Librairie-boutique du musée Guimet

Le groupe sera amené à observer les sujets suivants :

- Emplacement de la boutique
- Type d'espace de vente
- Flux
- Storytelling
- Zones chaude et froide & univers de consommation
- Mobiliers
- Présentation des produits
- Focus sur le rayon librairie
- Signalétique d'appui
- Sacherie et emballage

Le programme des visites est donné à titre indicatif ; il pourra être organisé différemment sur les deux jours en fonction de la disponibilité des responsables de boutiques retenues.

12h30 – 14h00 : Repas pris en commun

14h00 – 16h00 : Synthèse de l'étude de cas des boutiques visitées le matin : commentaire des formateurs et échanges avec les stagiaires

16h00 – 17h30 : Guide des bonnes pratiques

- Présentation générale
 - mise en rayon
 - contrôles à effectuer
 - documents à conserver
- Présentations spécifiques (erreurs à ne pas commettre, trucs et astuces)
 - livres
 - publications
 - produits d'exposition temporaire
 - produits de comptoir

17h30 : Fin de la formation