

Votre vitrine : premier vendeur

PROGRAMME

Objectifs

Optimiser le trait d'union entre **Clients Potentiels** et **Votre magasin**.
Valoriser l'image de marque de votre magasin grâce à sa vitrine extérieur.

Public

Vendeurs et Vendeurs conseils
Responsables de magasin
Techniciens

Intervenant

Intervenant, expert dans le domaine du commerce

Moyens

Apports théoriques du formateur
Echanges d'expériences du groupe
Analyses critiques et constructives de vitrines déjà réalisées
Exercices pratiques

Validation Attestation de stage

Contenu

Première Journée Théorie & Pratique

Deuxième Journée Mise en pratique des acquis en construisant et critiquant sa propre vitrine de manière interactive

Présentation

Qu'est-ce que la vitrine ? Définition
Qu'attend-on d'une vitrine ? Enjeux
Prise de conscience de son impact.

Technique

Appréhender la conception grâce à différentes techniques
Découvrir l'espace et l'appréhender en 3 D
Maîtriser les « respirations »
Maîtriser le « Classique », le « Baroque » et ses répercussions sur la clientèle
Connaître les différents supports de présentation
Les outils nécessaires à la réalisation d'une vitrine.
Connaître la durée de vie d'une vitrine : son rythme de renouvellement et ses exigences
Exprimer son côté « artistique » : une vitrine, c'est une création.

Intégrer la communication

Le choix des articles
Le choix des couleurs
Le(s) message(s) Produits
Les périodes fortes (Noël...)
L'étiquetage ou pancartage
Le choix des thèmes et décors.

Synthèse

Quelle lecture pour une vitrine ?
Quel message et comment le faire passer ?
Savoir analyser les retombées de la vitrine :
Retour sur investissement : Qu'est-ce qu'une vitrine efficace ?