

SHOP! ACADEMY

FORMEZ-VOUS AUX METIERS DU MPV

Des formations
professionnelles
en présentiel et en
distanciel

Nos formats :
1/2J / 1J / 2J

Animées par nos
experts retail



La certification qualité a été
délivrée au titre de la catégorie :
ACTIONS DE FORMATION

Institut de formation
agréé n°11922466492

APPREHENDEZ TOUTES
LES FACETTES DU
MARKETING POINT DE
VENTE :



Merchandising



Digital



Développement
durable et
éco-conception



Etudes



Communication

EDITO

NOS FORMATIONS

Le programme de formations mis en place par SHOP! France - Institut de Formation agréé - a pour but de promouvoir toutes les solutions de Marketing Point de Vente et de donner à ses acteurs les outils nécessaires pour comprendre, maîtriser et appréhender parfaitement ce média.

Toutes les formations sont délivrées en intra ou inter-entreprise et peuvent être adaptées en présentiel ou en distanciel.

Des formations:

- Concrètes et opérationnelles pour vous accompagner dans les évolutions de vos métiers.
- Illustrées par de nombreux exemples sélectionnés dans l'actualité du Retail.
- Animées par des experts membres du réseau SHOP!, reconnus pour leurs compétences Retail.
- Pour tous les acteurs du MPV : marques, enseignes, industriels, distributeurs, fabricants, etc.

NOS FORMATIONS **MERCHANDISING**

TOUTES NOS
FORMATIONS AU
MERCHANDISING :



Stratégie
Merchandising



Category
Management



Concept de Point
de Vente et
Agencement

FORMATION : STRATÉGIE MERCHANDISING

Comment concevoir une stratégie merchandising pour une marque ou une enseigne sur son circuit de distribution ?

FORMATION INTER ET INTRA ENTREPRISE

FORMAT : PRESENTIEL OU DISTANCIEL (VISIO-CONFÉRENCE)

DUREE : 1 JOURNÉE (7 HEURES)



À qui s'adresse cette formation ?

Secteurs :

Toute marque ayant ses produits dans un réseau de magasins ou toute enseigne ayant plusieurs points de vente

Métiers :

Responsables marketing, merchandising, category management, directeurs d'enseignes, responsables trade marketing, marketing point de vente...

Pré-requis :

Aucun

Objectifs opérationnels

(savoir-faire des stagiaires)

- Savoir mener une analyse stratégique et donner des objectifs merchandising dans l'entreprise
- Savoir choisir son approche et ses cibles
- Construire une démarche et son story telling interne et externe
- Prévoir le déploiement sans faille



SHOP! France

Institut Français de la Communication et du Marketing Point de Vente

Labels & Certifications

Organisme de formation agréé
n°11922466492

Handicap

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. N'hésitez pas à nous en parler !

Contact / tarifs / dates

communication@shopassociation.fr
www.shopassociation.fr

Programme détaillé

(modules dispensés aux stagiaires)

Introduction : qu'est-ce qu'une stratégie merchandising ?

I. L'analyse stratégique

- Identifier les potentiels business liés à la situation merchandising, et analyser les comportements shoppers qui devront être influencés positivement
- Définir les indicateurs à mesurer dans mon action merchandising

II. Ciblage et approche

- Comment choisir entre approche catégorielle, de marque ou de combat ?
- Chez quels clients, dans quels magasins agir ?
- Faut-il utiliser le category management ?

III. Démarche merchandising

- Construire ses solutions de façon pertinente
- Convaincre les cibles internes et externes

IV. Le déploiement

- Préparer les actions, l'organisation, les outils, la mesure, l'entretien

Objectifs pédagogiques

Toutes nos formations mêlent théorie et pratique. Elles sont essentiellement fondées sur l'échange et le partage entre le formateur et les différents apprenants.

Les formations Inter et Intra entreprises peuvent avoir lieu en présentiel ou en distanciel par système de visio conférence. Lorsqu'une formation se déroule à distance, un lien est envoyé aux stagiaires en amont.

Pour favoriser la qualité des échanges et permettre une interactivité optimale, nos formations en présentiel sont limitées à 15 participants et nos formations en distanciel sont limitées à 25 participants.

Afin d'ajuster continuellement notre offre de formation selon l'évolution du marché et répondre au mieux à la diversité des besoins :

- Toutes nos formations sont assurées par des animateurs certifiés pour leurs compétences et leur pédagogie.
- Une évaluation est faite au cours de la formation sous formes d'exercices, cas pratiques, étude de cas, quiz ...
- Un questionnaire de satisfaction est envoyé à l'ensemble des stagiaires à l'issue de la formation.

Modalités et délais d'accès

Inscription via le formulaire dédié en ligne.
Après l'inscription, entretien téléphonique ou mail, ayant pour objectif l'analyse des besoins spécifiques.
Accessibles jusqu'à 48h avant le début du module et en fonction des places restantes.

FORMATION : CATEGORY MANAGEMENT

Comment développer un partenariat efficace entre une marque et une enseigne ?

FORMATION INTER ET INTRA ENTREPRISE

FORMAT : PRESENTIEL OU DISTANCIEL (VISIO-CONFÉRENCE)

DUREE : 1 JOURNÉE (7 HEURES)



À qui s'adresse cette formation ?

Secteurs :

Toutes les marques et enseignes.

Métiers :

Category managers, directeurs marketing et commerciaux, acheteurs, grands comptes, responsables merchandising et trade marketing

Pré-requis :

Aucun

Objectifs opérationnels (savoir-faire des stagiaires)

- Comprendre la philosophie du category management et ses enjeux
- Maîtriser la méthodologie du partenariat
- Savoir créer le partenariat en tant que marque ou enseigne
- Comprendre les exemples de réussites



SHOP! France

Institut Français de la Communication et du Marketing Point de Vente

Labels & Certifications

Organisme de formation agréé
n°11922466492

Handicap

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. N'hésitez pas à nous en parler !

Contact / tarifs / dates

communication@shopassociation.fr
www.shopassociation.fr

Programme détaillé

(modules dispensés aux stagiaires)

Introduction : définition et histoire du category management

I. Exemples de réussites

- Présentation de partenariats réussis entre marques et enseignes dans plusieurs circuits de distribution => ce n'est pas réservé à la GMS !

II. Qui peut faire du category management et comment ?

- La vision stratégique de l'entreprise
- L'organisation, les moyens
- La transparence, les échanges

III. Méthodologie et processus

- Qu'est-ce qu'une catégorie ?
- L'analyse catégorielle
- Stratégies
- Leviers d'actions traditionnels et e-catman
- Mise en place du plan d'action

Modalités et délais d'accès

Inscription via le formulaire dédié en ligne.
Après l'inscription, entretien téléphonique ou mail, ayant pour objectif l'analyse des besoins spécifiques.
Accessibles jusqu'à 48h avant le début du module et en fonction des places restantes.

Objectifs pédagogiques

Toutes nos formations mêlent théorie et pratique. Elles sont essentiellement fondées sur l'échange et le partage entre le formateur et les différents apprenants.

Les formations Inter et Intra entreprises peuvent avoir lieu en présentiel ou en distanciel par système de visio conférence. Lorsqu'une formation se déroule à distance, un lien est envoyé aux stagiaires en amont.

Pour favoriser la qualité des échanges et permettre une interactivité optimale, nos formations en présentiel sont limitées à 15 participants et nos formations en distanciel sont limitées à 25 participants.

Afin d'ajuster continuellement notre offre de formation selon l'évolution du marché et répondre au mieux à la diversité des besoins :

- Toutes nos formations sont assurées par des animateurs certifiés pour leurs compétences et leur pédagogie.
- Une évaluation est faite au cours de la formation sous formes d'exercices, cas pratiques, étude de cas, quiz ...
- Un questionnaire de satisfaction est envoyé à l'ensemble des stagiaires à l'issue de la formation.

FORMATION : CONCEPT DE POINT DE VENTE ET AGENCEMENT

Comment concevoir son concept de point de vente physique ou pop-up éphémère ?

FORMATION INTER ET INTRA ENTREPRISE

FORMAT : PRESENTIEL OU DISTANCIEL (VISIO-CONFÉRENCE)

DUREE : 1 JOURNÉE (7 HEURES)



Objectifs opérationnels (savoir-faire des stagiaires)

- Connaître la méthodologie complète de création d'un concept de point de vente
- Définir une expérience différenciante, au service de la stratégie marketing
- Savoir briefer une agence de création retail design
- Agencement : du prototype aux séries



À qui s'adresse cette formation ?

Secteurs :

Toutes les marques et enseignes.

Métiers :

Direction générale, direction marketing, direction concept, chefs de projets en charge des nouveaux concepts...

Pré-requis :

Aucun

SHOP! France

Institut Français de la Communication et
du Marketing Point de Vente

Labels & Certifications

Organisme de formation agréé
n°11922466492

Handicap

Nos formations sont accessibles aux
personnes en situation de handicap.
N'hésitez pas à nous en parler !

Contact / tarifs / dates

communication@shopassociation.fr
www.shopassociation.fr

Programme détaillé

(modules dispensés aux stagiaires)

Introduction : le concept, les différents types de concepts magasins : éphémère, image, flagship, commerçant...

I. La méthodologie

- Les étapes et leurs enjeux
- Les plannings, les masses budgétaires, les ressources humaines

II. Différenciation stratégique

- Stratégie marketing, benchmark, shoppers : l'analyse préalable
- L'expérience shoppers : ses constituants essentiels
- Le brief créatif

III. Réalisation du lieu : l'agencement

- Le pilote/prototype
- Le déploiement

Objectifs pédagogiques

Toutes nos formations mêlent théorie et pratique. Elles sont essentiellement fondées sur l'échange et le partage entre le formateur et les différents apprenants.

Les formations Inter et Intra entreprises peuvent avoir lieu en présentiel ou en distanciel par système de visio conférence. Lorsqu'une formation se déroule à distance, un lien est envoyé aux stagiaires en amont.

Pour favoriser la qualité des échanges et permettre une interactivité optimale, nos formations en présentiel sont limitées à 15 participants et nos formations en distanciel sont limitées à 25 participants.

Afin d'ajuster continuellement notre offre de formation selon l'évolution du marché et répondre au mieux à la diversité des besoins :

- Toutes nos formations sont assurées par des animateurs certifiés pour leurs compétences et leur pédagogie.
- Une évaluation est faite au cours de la formation sous formes d'exercices, cas pratiques, étude de cas, quiz ...
- Un questionnaire de satisfaction est envoyé à l'ensemble des stagiaires à l'issue de la formation.

Modalités et délais d'accès

Inscription via le formulaire dédié en ligne.

Après l'inscription, entretien téléphonique ou mail, ayant pour objectif l'analyse des besoins spécifiques.

Accessibles jusqu'à 48h avant le début du module et en fonction des places restantes.

NOS FORMATIONS **AU DIGITAL**

TOUTES NOS
FORMATIONS AU
DIGITAL :



Digital in-store



Réseaux sociaux
to store

FORMATION : DIGITAL IN-STORE

Quels sont les enjeux de la digitalisation des points de vente ?

Quels sont les nouveaux concepts digitalisés en point de vente ?

FORMATION INTER ET INTRA ENTREPRISE

FORMAT : PRESENTIEL OU DISTANCIEL (VISIO-CONFÉRENCE)

DUREE : 1/2 JOURNÉE (3H30)

À qui s'adresse cette formation ?

Secteurs :

Toutes les marques et enseignes.

Métiers :

Les équipes décisionnaires des stratégies marketing et commerce au sein des entreprises annonceurs et distributeurs = responsables marketing, trade marketing, shopper marketing, category managers, CMI

Pré-requis :

Aucun

Objectifs opérationnels (savoir-faire des stagiaires)

Intégrer les enjeux de la digitalisation en fonction de l'équation de valeur : trafic, panier moyen, fréquence d'achat afin d'identifier les supports digitaux à réelle valeur ajoutée.

SHOP! France

Institut Français de la Communication et du Marketing Point de Vente

Labels & Certifications

Organisme de formation agréé
n°11922466492

Handicap

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. N'hésitez pas à nous en parler !

Contact / tarifs / dates

communication@shopassociation.fr
www.shopassociation.fr



Programme détaillé

(modules dispensés aux stagiaires)

Introduction : Intégrer les enjeux de la digitalisation

I. Explosion des concepts digitalisés en point de vente

- Les leviers pour générer des achats et augmenter en valeur

II. Le point de vente au coeur de l'écosystème digital

- Les stratégies performantes de web to store et store to web

III. Les contraintes physiques de concept digital

- Feuille de route pour une implantation réussie, de la conception à la gestion au quotidien via l'évaluation de tous les éléments du mix-retail

Objectifs pédagogiques

Toutes nos formations mêlent théorie et pratique. Elles sont essentiellement fondées sur l'échange et le partage entre le formateur et les différents apprenants.

Les formations Inter et Intra entreprises peuvent avoir lieu en présentiel ou en distanciel par système de visio conférence. Lorsqu'une formation se déroule à distance, un lien est envoyé aux stagiaires en amont.

Pour favoriser la qualité des échanges et permettre une interactivité optimale, nos formations en présentiel sont limitées à 15 participants et nos formations en distanciel sont limitées à 25 participants.

Afin d'ajuster continuellement notre offre de formation selon l'évolution du marché et répondre au mieux à la diversité des besoins :

- Toutes nos formations sont assurées par des animateurs certifiés pour leurs compétences et leur pédagogie.
- Une évaluation est faite au cours de la formation sous formes d'exercices, cas pratiques, étude de cas, quiz ...
- Un questionnaire de satisfaction est envoyé à l'ensemble des stagiaires à l'issue de la formation.

Modalités et délais d'accès

Inscription via le formulaire dédié en ligne.
Après l'inscription, entretien téléphonique ou mail, ayant pour objectif l'analyse des besoins spécifiques.
Accessibles jusqu'à 48h avant le début du module et en fonction des places restantes.

FORMATION : RESEAUX SOCIAUX TO-STORE

Comment identifier le comportement des internautes et intégrer les réseaux sociaux à sa stratégie Marketing Point de Vente ?

FORMATION INTER ET INTRA ENTREPRISE

FORMAT : PRESENTIEL OU DISTANCIEL (VISIO-CONFÉRENCE)

DUREE : 1 JOURNÉE (7 HEURES)



À qui s'adresse cette formation ?

Secteurs :

Toutes les marques et enseignes.

Métiers :

Service communication, service marketing, directeurs d'enseignes

Pré-requis :

Aucun

Objectifs opérationnels

(savoir-faire des stagiaires)

- Connaître les comportements des internautes.
- Identifier les principaux réseaux sociaux, leurs usages et leurs enjeux
- Intégrer les réseaux sociaux à sa stratégie globale : owned, paid et earned media
- Choisir le(s) bon(s) réseau(x) social(aux) selon son activité et sa cible



SHOP! France

Institut Français de la Communication et du Marketing Point de Vente

Labels & Certifications

Organisme de formation agréé
n°11922466492

Handicap

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. N'hésitez pas à nous en parler !

Contact / tarifs / dates

communication@shopassociation.fr
www.shopassociation.fr

Programme détaillé

(modules dispensés aux stagiaires)

I. Introduction aux médias sociaux et aux socionauts

- Cartographie des médias sociaux
- Opportunités des médias sociaux
- Profil type de l'internaute français

II. Adopter une stratégie intégrant les médias sociaux pour attirer des clients vers son point de vente

- Analyse de l'existant
- Définition des éléments constituant la stratégie social media

III. Owned media : capter l'attention des internautes sur la plateforme la plus appropriée à son environnement

- Tour d'horizon des différentes plateformes
- Adopter une ligne éditoriale adaptée

IV. Paid media : utiliser la publicité sur les médias sociaux

- Opportunités du paid media pour un point de vente
- Présentation des principales offres et de leurs mécanismes

V. Earned media : développer son e-reputation et optimiser la relation client

- Impact du earned media dans la relation client
- Veille sur les médias sociaux traditionnels
- Veille sur les sites d'avis
- Mise en place d'une veille, outils

VI. S'organiser, assurer la satisfaction client et mesurer la performance

- Impacts des médias sociaux en interne
- Choisir le type d'organisation le plus adapté à son ou ses points de vente
- Gérer son workflow et être réactif
- Interagir avec l'internaute de façon efficace et mesurée dans un délai optimum
- Gérer une crise
- Mesurer la performance des actions

VII. Faire venir des clients sur votre point de vente par recommandations

- Les influenceurs
- Les ambassadeurs
- Les collaborateurs

Modalités et délais d'accès

Inscription via le formulaire dédié en ligne.

Après l'inscription, entretien téléphonique ou mail, ayant pour objectif l'analyse des besoins spécifiques.

Accessibles jusqu'à 48h avant le début du module et en fonction des places restantes.

Objectifs pédagogiques

Toutes nos formations mêlent théorie et pratique. Elles sont essentiellement fondées sur l'échange et le partage entre le formateur et les différents apprenants.

Les formations Inter et Intra entreprises peuvent avoir lieu en présentiel ou en distanciel par système de visio conférence. Lorsqu'une formation se déroule à distance, un lien est envoyé aux stagiaires en amont.

Pour favoriser la qualité des échanges et permettre une interactivité optimale, nos formations en présentiel sont limitées à 15 participants et nos formations en distanciel sont limitées à 25 participants.

Afin d'ajuster continuellement notre offre de formation selon l'évolution du marché et répondre au mieux à la diversité des besoins :

- Toutes nos formations sont assurées par des animateurs certifiés pour leurs compétences et leur pédagogie.
- Une évaluation est faite au cours de la formation sous formes d'exercices, cas pratiques, étude de cas, quiz ...
- Un questionnaire de satisfaction est envoyé à l'ensemble des stagiaires à l'issue de la formation.

NOS FORMATIONS

DEVELOPPEMENT DURABLE ET ECO-CONCEPTION

TOUTES NOS
FORMATIONS AU
DÉVELOPPEMENT
DURABLE ET
ÉCO-CONCEPTION :



Achats
responsables et
eco-conception



Comment vendre
l'eco-conception ?

FORMATION : ACHATS RESPONSABLES ET ECO-CONCEPTION

Quels sont les enjeux de l'éco-conception en PLV ?
Comment intégrer l'éco-conception dans un brief ?

FORMATION INTER ET INTRA ENTREPRISE

FORMAT : PRESENTIEL OU DISTANCIEL (VISIO-CONFÉRENCE)

DUREE : 1 JOURNÉE (7 HEURES)

A qui s'adresse cette formation ?

Secteurs :

Marques, enseignes et distributeurs.

Métiers :

Toutes les fonctions de l'entreprise impliquées dans le processus d'achats des PLV : Designer, Responsables Marketing, Merchandising, Achats, Développement Durable.

Pré-requis :

Aucun

Objectifs opérationnels (savoir-faire des stagiaires)

- Comprendre les enjeux et les principes de l'éco-conception
- Identifier la valeur ajoutée de l'éco-conception pour la marque
- Comprendre le standard ÉCO SHOP! et collaborer avec les fournisseurs
- Rédiger un brief intégrant l'éco-conception
- Evaluer les réponses des fournisseurs
- Travailler sur des cas concrets

SHOP! France

Institut Français de la Communication et du Marketing Point de Vente

Labels & Certifications

Organisme de formation agréé
n°11922466492

Handicap

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. N'hésitez pas à nous en parler !

Contact / tarifs / dates

communication@shopassociation.fr
www.shopassociation.fr



Programme détaillé

(modules dispensés aux stagiaires)

I. Définition des concepts, enjeux, principes

- Introduction aux enjeux du développement durable
- Les principes de l'économie circulaire
- Les principes de l'éco-conception
- Comment mesure-t-on les impacts environnementaux

II. Eco concevoir des PLV

- Identifier les 3 enjeux principaux sur des cas concrets et estimer l'empreinte carbone
- Optimiser pour éco-concevoir une PLV : la théorie
- Optimiser pour éco-concevoir : cas pratique sur le calculateur carbone ecopop

III. Utiliser les leviers du marketing et des achats pour faire de l'éco-conception

IV. Définir un plan d'action Achats Responsables

Objectifs pédagogiques

Toutes nos formations mêlent théorie et pratique. Elles sont essentiellement fondées sur l'échange et le partage entre le formateur et les différents apprenants.

Les formations Inter et Intra entreprises peuvent avoir lieu en présentiel ou en distanciel par système de visio conférence. Lorsqu'une formation se déroule à distance, un lien est envoyé aux stagiaires en amont.

Pour favoriser la qualité des échanges et permettre une interactivité optimale, nos formations en présentiel sont limitées à 15 participants et nos formations en distanciel sont limitées à 25 participants.

Afin d'ajuster continuellement notre offre de formation selon l'évolution du marché et répondre au mieux à la diversité des besoins :

- Toutes nos formations sont assurées par des animateurs certifiés pour leurs compétences et leur pédagogie.
- Une évaluation est faite au cours de la formation sous formes d'exercices, cas pratiques, étude de cas, quiz ...
- Un questionnaire de satisfaction est envoyé à l'ensemble des stagiaires à l'issue de la formation.

Modalités et délais d'accès

Inscription via le formulaire dédié en ligne.
Après l'inscription, entretien téléphonique ou mail, ayant pour objectif l'analyse des besoins spécifiques.
Accessibles jusqu'à 48h avant le début du module et en fonction des places restantes.

FORMATION : VENDRE L'ECO-CONCEPTION

Quels sont les principes de l'éco-conception ? Comment accompagner ses clients à développer leur stratégie environnementale pour les PLV ?

FORMATION INTER ET INTRA ENTREPRISE

FORMAT : PRESENTIEL OU DISTANCIEL (VISIO-CONFÉRENCE)

DUREE : 1 JOURNÉE (7 HEURES)



À qui s'adresse cette formation ?

Secteurs :

Fabricants, distributeurs et créatifs/producteurs, autour des métiers/services : PLV, merchandising, digital, agencement, architecture commerciale.

Métiers :

Tous les métiers impliqués dans le processus de conception et de vente : commerciaux, chefs de projets au bureau d'études, design, logistique, direction.

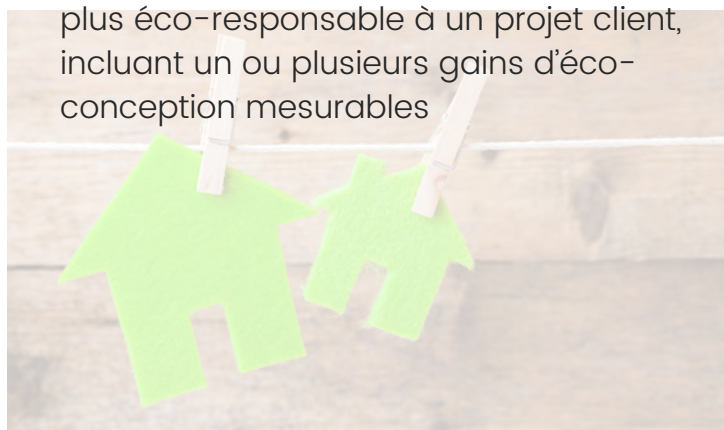
Pré-requis :

Aucun

Objectifs opérationnels

(savoir-faire des stagiaires)

- Comprendre les enjeux fondamentaux du développement durable et leurs principaux indicateurs, et savoir en parler
- Savoir utiliser le calculateur carbone ecopop
- Être capable de présenter les grands principes de l'éco-conception de manière simple et convaincante
- Être capable de proposer une alternative plus éco-responsable à un projet client, incluant un ou plusieurs gains d'éco-conception mesurables



SHOP! France

Institut Français de la Communication et du Marketing Point de Vente

Labels & Certifications

Organisme de formation agréé
n°11922466492

Handicap

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. N'hésitez pas à nous en parler !

Contact / tarifs / dates

communication@shopassociation.fr
www.shopassociation.fr

Programme détaillé

(modules dispensés aux stagiaires)

I. Connaître les concepts, enjeux et principes

- Les enjeux du développement durable
- Les principes de l'économies circulaire
- Les principes de l'éco-conception
- ÉCO SHOP! – comprendre les principes du standard
- La perception des enjeux environnementaux par les marques

II. Mesurer l'impact environnemental des PLV

- Prise en main ecopop
- Réalisation d'un exercice pratique
- Optimiser pour éco-concevoir

III. Eco concevoir une PLV, mise en pratique

Identifier des pistes d'éco-conception stratégiques et mesurables

IV. Mise en situation

Présenter une version éco-conçue au client – jeux de rôle

V. Définir des pistes d'action pour intégrer l'éco-conception dans l'entreprise

Objectifs pédagogiques

Toutes nos formations mêlent théorie et pratique. Elles sont essentiellement fondées sur l'échange et le partage entre le formateur et les différents apprenants.

Les formations Inter et Intra entreprises peuvent avoir lieu en présentiel ou en distanciel par système de visio conférence. Lorsqu'une formation se déroule à distance, un lien est envoyé aux stagiaires en amont.

Pour favoriser la qualité des échanges et permettre une interactivité optimale, nos formations en présentiel sont limitées à 15 participants et nos formations en distanciel sont limitées à 25 participants.

Afin d'ajuster continuellement notre offre de formation selon l'évolution du marché et répondre au mieux à la diversité des besoins :

- Toutes nos formations sont assurées par des animateurs certifiés pour leurs compétences et leur pédagogie.
- Une évaluation est faite au cours de la formation sous formes d'exercices, cas pratiques, étude de cas, quiz ...
- Un questionnaire de satisfaction est envoyé à l'ensemble des stagiaires à l'issue de la formation.

Modalités et délais d'accès

Inscription via le formulaire dédié en ligne.

Après l'inscription, entretien téléphonique ou mail, ayant pour objectif l'analyse des besoins spécifiques.

Accessibles jusqu'à 48h avant le début du module et en fonction des places restantes.

NOS FORMATIONS **ETUDES**

TOUTES NOS
FORMATIONS ETUDES :



Brief études
shoppers

FORMATION : BRIEF ÉTUDES SHOPPERS

Comment mettre à profit une étude shopper pour renforcer les relations avec les clients distributeurs ou au sein de son réseau ?

FORMATION INTER ET INTRA ENTREPRISE

FORMAT : PRESENTIEL OU DISTANCIEL (VISIO-CONFÉRENCE)

DUREE : 1/2 JOURNÉE (3H30)



À qui s'adresse cette formation ?

Secteurs :

Tous secteurs et circuits de distribution

Métiers :

Les équipes décisionnaires des stratégies marketing et commerce au sein des entreprises annonceurs et distributeurs = responsables marketing, trade marketing, shopper marketing, category managers, CMI

Pré-requis :

Aucun

Objectifs opérationnels

(savoir-faire des stagiaires)

- Savoir définir un cahier des charges précis pour briefier une agence d'études, piloter ces études et en tirer des résultats opérationnels
- Mettre à profit une étude shopper pour renforcer les relations avec les clients distributeurs ou au sein de son réseau



SHOP! France

Institut Français de la Communication et du Marketing Point de Vente

Labels & Certifications

Organisme de formation agréé
n°11922466492

Handicap

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. N'hésitez pas à nous en parler !

Contact / tarifs / dates

communication@shopassociation.fr
www.shopassociation.fr

Programme détaillé

(modules dispensés aux stagiaires)

Introduction : Définition du shopper vs le consommateur

I. Périmètre des objectifs marketing, merchandising et activation commerciale nécessitant des études shoppers

- comment prioriser les objectifs
- comment définir les cibles à rencontrer
- sur quels critères sélectionner les circuits, les enseignes, les magasins, zones de chalandises

II. Quelles approches méthodologiques des études selon les objectifs

- l'exploratoire qualitatif
- la pondération quantitative
- les contraintes shoppers et magasins

III. Exemples illustratifs

- présentation de briefs études shoppers efficaces
- méthodologies qualitatives – quantitatives adaptées
- extracts de rapports opérationnels et pour action
- cas pratique : rédiger un brief étude shopper

Modalités et délais d'accès

Inscription via le formulaire dédié en ligne.
Après l'inscription, entretien téléphonique ou mail, ayant pour objectif l'analyse des besoins spécifiques.
Accessibles jusqu'à 48h avant le début du module et en fonction des places restantes.

Objectifs pédagogiques

Toutes nos formations mêlent théorie et pratique. Elles sont essentiellement fondées sur l'échange et le partage entre le formateur et les différents apprenants.

Les formations Inter et Intra entreprises peuvent avoir lieu en présentiel ou en distanciel par système de visio conférence. Lorsqu'une formation se déroule à distance, un lien est envoyé aux stagiaires en amont.

Pour favoriser la qualité des échanges et permettre une interactivité optimale, nos formations en présentiel sont limitées à 15 participants et nos formations en distanciel sont limitées à 25 participants.

Afin d'ajuster continuellement notre offre de formation selon l'évolution du marché et répondre au mieux à la diversité des besoins :

- Toutes nos formations sont assurées par des animateurs certifiés pour leurs compétences et leur pédagogie.
- Une évaluation est faite au cours de la formation sous formes d'exercices, cas pratiques, étude de cas, quiz ...
- Un questionnaire de satisfaction est envoyé à l'ensemble des stagiaires à l'issue de la formation.

NOS FORMATIONS **COMMUNICATION**

TOUTES NOS
FORMATIONS
COMMUNICATION :



Comprendre la
Communication de
la marque

FORMATION : COMPRENDRE LA COMMUNICATION DE LA MARQUE

Comment mieux inscrire sa création dans l'expérience globale de la marque ?

FORMATION INTER ET INTRA ENTREPRISE

FORMAT : PRESENTIEL OU DISTANCIEL (VISIO-CONFÉRENCE)

DUREE : 1 JOURNÉE (7 HEURES)



À qui s'adresse cette formation ?

Secteurs :

Packadging, PLV, animation en points de vente, retail, stand, event

Métiers :

Prestataires, fabricants, bureau d'étude > pour créatifs et commerciaux.

Pré-requis :

Aucun

Objectifs opérationnels (savoir-faire des stagiaires)

- Comprendre comment fonctionne une marque pour mieux répondre à ses demandes.



SHOP! France

Institut Français de la Communication et du Marketing Point de Vente

Labels & Certifications

Organisme de formation agréé
n°11922466492

Handicap

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. N'hésitez pas à nous en parler !

Contact / tarifs / dates

communication@shopassociation.fr
www.shopassociation.fr

Programme détaillé

(modules dispensés aux stagiaires)

Introduction : Définition du shopper vs le consommateur

I. Penser la marque

- plateforme de marque et positionnement
- valeurs de la marque > axes de communication > storytelling
- stratégie de communication (choix des cibles, des axes de communication et des médias d'expression)

II. Voir la marque : l'identité de marque

- nom /logotype /symbole /baseline /charte graphique
- les codes/ l'univers de marque
- la communication média

III. Vivre la marque : rencontre physique

- le produit + pack : j'utilise la marque
- visiter la marque (retail, podiums, PLV, VM)
- dialoguer avec la marque (réseaux, applis UX/UI, co création, event, animation street marketing)

IV. Conclusion : l'expérience de la marque

- transversalité, interaction des différents éléments de communication
- cohérence globale de la communication de la marque.
- contexte, évolution , comment inscrire sa création dans l'expérience globale de la marque ?

Modalités et délais d'accès

Inscription via le formulaire dédié en ligne.

Après l'inscription, entretien téléphonique ou mail, ayant pour objectif l'analyse des besoins spécifiques.

Accessibles jusqu'à 48h avant le début du module et en fonction des places restantes.

Objectifs pédagogiques

Toutes nos formations mêlent théorie et pratique. Elles sont essentiellement fondées sur l'échange et le partage entre le formateur et les différents apprenants.

Les formations Inter et Intra entreprises peuvent avoir lieu en présentiel ou en distanciel par système de visio conférence. Lorsqu'une formation se déroule à distance, un lien est envoyé aux stagiaires en amont.

Pour favoriser la qualité des échanges et permettre une interactivité optimale, nos formations en présentiel sont limitées à 15 participants et nos formations en distanciel sont limitées à 25 participants.

Afin d'ajuster continuellement notre offre de formation selon l'évolution du marché et répondre au mieux à la diversité des besoins :

- Toutes nos formations sont assurées par des animateurs certifiés pour leurs compétences et leur pédagogie.
- Une évaluation est faite au cours de la formation sous formes d'exercices, cas pratiques, étude de cas, quiz ...
- Un questionnaire de satisfaction est envoyé à l'ensemble des stagiaires à l'issue de la formation.



**VOUS SOUHAITEZ FORMER VOS EQUIPES
AU MARKETING POINT DE VENTE EN INTRA
OU INTER-ENTREPRISE ?**

CONTACTEZ-NOUS

SHOP! FRANCE

Email : communication@shopassociation.fr

www.shopassociation.fr