

MERCHANDISING

Repenser vos stratégies merchandising
pour impulser une nouvelle dynamique à vos ventes

- Enjeux et axes d'optimisation de vos stratégies merchandising
- Collaboration, cross merchandising... : quelles démarches merchandising gagnantes adopter
- Faire du digital un nouveau levier de croissance de vos ventes en magasin

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



Céline GONGORA
Responsable
Merchandising national
BLEDINA (DANONE)



Médéric PAYNE
Supply Chain &
Merchandising Director
BRICO DÉPOT

■■■ ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE ■■■

- Nicolas FASQUELLE, *Directeur du category management*, FINDUS FRANCE
- Charlotte LELONG, *Directrice du Développement Commercial*, BEL FRANCE
- Yann MORICE, *Responsable Category Manager*, DOREL FRANCE
- Nicolas POUCHAIN, *Directeur du Category Management*, DANONE PRODUITS FRAIS

Avec le soutien de



Formation complémentaire

4 et 5 juillet 2012

MERCHANDISING

Valorisez votre implantation en linéaires

70% des décisions d'achat se prennent toujours sur le lieu de vente : fort de ce constat les shoppers constituent plus que jamais une part de consommateurs à capter.

Au-delà de la théâtralisation du point de vente, revient en force une approche plus concrète du rayon qui remet en cause les clés d'entrée usuelles.

Cross merchandising, collaborations, nouvelles segmentations, recrudescence du digital..., l'ensemble de ces démarches ont pour objectifs d'atteindre une nouvelle efficacité merchandising et de redonner envie aux shoppers de consommer. **Industriels et distributeurs vous devez repenser vos stratégies merchandising pour obtenir des résultats rapides et impulser une véritable dynamique à vos ventes.**

LSA organise le 3 juillet une journée de conférence dédiée au merchandising avec un plateau d'intervenants réunissant les acteurs clés du secteur afin de partager leurs retours d'expérience et répondre à vos problématiques :

- Comment **redéfinir les stratégies merchandising et réorganiser l'offre** dans une période de baisse du pouvoir d'achat
- Cross merchandising, nouvelle segmentation... : **activer la collaboration industriels – distributeurs pour faire croître la catégorie et doper vos ventes**
- Quelle **rentabilité du digital en point de vente** et quelle **complémentarité avec le merchandising physique**
- Mener des actions pour **accroître les achats d'impulsion en linéaire**

Afin de valoriser votre implantation en linéaires et maximiser leur efficacité, 2 journées de formation complémentaires ponctuées de cas concrets vous donneront les leviers pratiques à actionner.

Je vous donne rendez-vous les 3, 4 et 5 juillet prochains,

Inscrivez-vous sans plus tarder,

Agnès KAPLAN
 Chef de projet conférences LSA



Depuis 1958, LSA anime le marché de la grande consommation avec un hebdomadaire diffusé à plus de 20 000 exemplaires autour duquel se sont développés de nombreux services d'information et de mise en relation. Il accompagne les acteurs de la grande consommation et les aide à décrypter l'actualité, pour améliorer leurs performances, adapter leurs pratiques et produits aux évolutions du marché.

Marque médias de référence pour tous les cadres et décideurs de la grande consommation en France, LSA a développé une expertise pointue et se distingue par son approche innovante et proactive.

Les rencontres LSA se déclinent sous plusieurs formats :

- Des événements annuels sous forme de conférences, congrès et trophées
- Des formations pratiques et méthodologiques, clubs et matinées débats

UNE PUBLICATION DU GROUPE

INFOPRO
 COMMUNICATIONS

MERCHANDISING

Repenser vos stratégies merchandising pour impulser une nouvelle dynamique à vos ventes

AVEC LES INTERVENTIONS DE :

Christine BARTHE	Déléguée Générale FEEF
Nicolas FASQUELLE	Directeur du Category management FINDUS FRANCE
Céline GONGORA	Responsable Merchandising national BLADINA (DANONE)
Charlotte LELONG	Directrice du Développement Commercial BEL FRANCE
Yves MARIN	Senior Manager Distribution - grande consommation KURT SALMON
Yann MORICE	Responsable Category Manager DOREL FRANCE
Frédéric NICOLAS	Directeur shopper insights SYMPHONYIRI FRANCE
Médéric PAYNE	Supply Chain & Merchandising Director BRICO DEPOT
Nicolas POUCHAIN	Directeur du Category Management DANONE PRODUITS FRAIS
David VIALLARON	Directeur Commercial et Marketing RICA LEWIS

Journée animée par la Rédaction de LSA

8h30 Accueil des participants

9h00 **Analyse du comportement des shoppers : chiffres et tendances majeures à l'horizon 2013-2014**

- Panorama des dernières évolutions des comportements d'achat dans un contexte perturbé
- Cerner les attentes des shoppers et déterminer les bonnes pratiques pour y répondre

Frédéric NICOLAS | Directeur shopper insights | **SYMPHONYIRI FRANCE**

9h40 **Conduire une nouvelle démarche merchandising dans un rayon impliquant en GMS - Cas du rayon bébé**

- Cerner les enjeux du marché bébé et les attentes fortes des mamans en GMS
- Redonner de l'attractivité et augmenter la fréquence d'achat : axer la nouvelle segmentation sur des moments de vie
- Quelles techniques pour optimiser la visibilité, doper les achats d'impulsion et augmenter les ventes
- Comment instaurer un partenariat pour être force de proposition et faire croître la catégorie

Céline GONGORA | Responsable Merchandising national | **BLADINA (DANONE)**

Yann MORICE | Responsable Category Manager | **DOREL FRANCE**

10h30 Pause

11h00 **GSA : concurrencer le merchandising des enseignes spécialisées grâce à l'effet boutique**

- Comment développer les parts de marché et accroître le trafic sur la catégorie
- Présentations pliées, nouvelle détermination de l'espace... : créer de véritables corners
- Jet de lumière, photos changeantes : quelle mise en scène pour attirer l'œil
- Mise en avant des 20-80, des saisonniers ... : redynamiser le rayon en repensant le merchandising

David VIALLARON | Directeur Commercial et Marketing | **RICA LEWIS**

11h40 **PME & merchandising : tirer son épingle du jeu dans des rayons surchargés et dominés par de grandes entreprises**

- Comment être force de proposition pour se distinguer en linéaire et réussir à imposer ses recommandations
- Approche shopper, clarté d'implantation... : quels leviers activer pour être bien identifié en rayon
- Retours d'expérience

Christine BARTHE | Déléguée générale | **FEEF**
Avec un adhérent de la FEEF

12h20 Déjeuner

14h00 **Cross merchandising : comment actionner ce levier de développement des ventes avec succès**

- Susciter l'achat d'impulsion avec le cross merchandising et accroître la visibilité de vos produits
- Répondre à une complémentarité d'usage : quand opter pour la double implantation
- Rayon éloigné de celui du chef de rayon, éviter les ruptures... : comment gérer la problématique du réassort

Charlotte LELONG | Directrice du Développement Commercial | **BEL FRANCE**

14h40 **Surgelés & saisonnalité : comment séduire le shopper dans un rayon en perpétuelle reconstruction**

- Comprendre les liens entre les freins du shopper et le linéaire grand froid
- Comment figer le rayon tout au long de l'année via un espace saisonnier
- Développer le panier d'achat via le positionnement des sous-catégories
- Cas concret

Nicolas FASQUELLE | Directeur du Category management | **FINDUS FRANCE**

15h20 **Performance, simplicité, efficacité... : redéfinir votre merchandising pour une rentabilité maximisée**

- Valorisation des prix bas, de la qualité, ROI... : revenir aux fondamentaux du merchandising
- Lisibilité, modernité... : comment optimiser la mise en avant de gammes plus courtes
- Les leviers pour appliquer en merchandising le 100% disponible

Médéric PAYNE | Supply Chain & Merchandising Director | **BRICO DEPOT**

16h00 **Quel nouveau rôle pivot de la force de vente au niveau de l'application et des recommandations du plan merchandising**

- Enseignes centralisées, indépendantes : s'adapter aux consommations locales et détecter les catégories sur ou sous-consommées
- Géo merchandising, adaptation des stocks : comment les forces de vente deviennent force de proposition et peuvent répondre aux nouvelles attentes des consommateurs et des enseignes
- Missions réorientées vers plus d'analyse : quel nouveau plan de charge des forces de vente

Nicolas POUCHAIN | Directeur du Category Management | **DANONE PRODUITS FRAIS**

16h40 **Comment tirer parti de la révolution du digital et l'allier au merchandising physique**

- Cerner les bonnes pratiques pour l'utilisation du média digital linéaire
- Quelles convergences des règles de navigation sur le web et dans les points de vente physiques
- Écrans, bornes, tablettes... : comment les supports digitaux s'intègrent dans les derniers concepts merchandising
- Cas concrets : Apple stores, But, Sephora et Delhaize

Yves MARIN | Senior Manager Distribution - grande consommation | **KURT SALMON**

17h20 Fin de la manifestation

VOUS ÊTES CONCERNÉS :

Secteurs

- Distributeurs • Industriels, Grands groupes et PME •

Fonctions

- Directeur général • Responsable merchandising • Category manager • Directeur des ventes • Directeur régional • Directeur marketing • Directeur commercial • Responsable trade-marketing • Chef de marché • Chef de produit • Responsable d'enseigne • Responsable merchandising • Directeur de catégorie • Directeur marketing • Responsable achats • Directeur de marché, Responsable de magasin • Chef de rayon • ...

Nous contacter

Vous avez une question relative à l'un de nos événements ? Notre service clients vous apportera une réponse dans les plus brefs délais concernant le programme, le suivi de votre inscription et les modalités.

Lamia ALILAT
lalilat@infopro.fr
Tél. : (+ 33) 1 77 92 99 06

Retrouvez le programme détaillé de cet événement sur : <http://evenements.infopro.fr/lisa/>

Mercredi 4 et jeudi 5 juillet 2012

MERCHANDISING

Valorisez votre implantation en linéaires

Objectifs de la formation :

- ✓ Maîtriser les règles et techniques merchandising : du concept à la mise en œuvre globale en magasin
- ✓ Optimiser l'efficacité de vos implantations commerciales en améliorant votre visibilité en linéaire
- ✓ Identifier les solutions merchandising adaptées aux attentes des consommateurs et des distributeurs

Formation animée par :



YVES MARIN
Senior Manager
distribution - Grande
Consommation
KURT SALMON



DOMINIQUE MOUTON
Consultant associé
LOOM & CO

- **Quels sont les objectifs du merchandising et quelles sont les stratégies gagnantes et perdantes**
- **Quelle est la vision du client et quel est son parcours en magasin**
- **Intégrer les objectifs merchandising** dans la stratégie globale de l'enseigne, d'assortiment, locale par point de vente
- **Comment mettre en œuvre votre stratégie merchandising et organiser le plan de masse et les univers**
- **Comment améliorer sa visibilité dans le linéaire**
Quelles règles pour bien implanter chaque catégorie de produits
- **Comment déployer, mesurer et ajuster la démarche merchandising**
Quels sont les indicateurs de performance
Comment tester l'implantation auprès du consommateur
Quels outils pour le déploiement
Maintenance : quels leviers mettre en place pour ajuster votre démarche
- **Industriels : comment accompagner les enseignes dans leur stratégie merchandising**
Stratégies d'enseigne, consommateurs, points de vente :
quelles sont les contraintes des distributeurs
Comment les intégrer dans sa démarche merchandising
Quel partenariat mettre en place avec le distributeur sur le long terme
Comment adapter votre démarche merchandising à la taille des points de vente
- **Analyse de trois cas complets, du problème énoncé jusqu'aux solutions merchandising déployées**
La grande surface alimentaire
L'enseigne spécialisée non-alimentaire
La problématique d'une industrie
- **Mise en pratique des règles merchandising**
Exercice pratique sous forme d'ateliers sur deux exemples définis

Horaires :

8h30 Accueil des participants / 9h00 : début de la journée / 12h30 : déjeuner avec l'ensemble des participants / 17h00 : fin de la journée

LES RENCONTRES
LSA



Nos prochaines conférences

<http://evenements.infopro.fr/lisa/conferences/>

FORCES DE VENTE : Quels leviers actionner pour soutenir les performances de vos commerciaux

14 juin 2012, Paris

NUTRITION-SANTÉ : Quels leviers d'action pour tirer parti d'un marché en plein essor

28 juin 2012 Paris

BRICOLAGE-JARDINAGE : Tirez parti des nouveaux leviers de croissance pour dynamiser vos ventes

27 septembre 2012, Paris



Nos prochaines formations

<http://evenements.infopro.fr/lisa/formations/>

NÉGOCIATIONS COMMERCIALES : Réussissez toutes vos négociations commerciales

5 et 6 juin 2012, Paris

CATEGORY MANAGEMENT : Mettre en œuvre une stratégie centrée sur le shopper

7 et 8 juin 2012, Paris

RÉGLEMENTATION EN NUTRITION-SANTÉ : Anticiper et intégrer les contraintes du nouveau cadre réglementaire

29 juin 2012, Paris

A NE PAS MANQUER

Le grand rendez-vous NÉGOCIATIONS COMMERCIALES 2013, le mercredi 3 octobre 2012 à Paris.

<http://evenements.infopro.fr/lisa/conference-negotiations-commerciales-2012-130>

■ ■ Conférence

Mardi 3 juillet 2012

Cercle National des Armées

8, place Saint Augustin

75008 Paris

Métro : Saint Augustin (ligne n°9)

Gare Saint Lazare (ligne n°14)

RER A : Auber

■ ■ Formation

Mercredi 4 et jeudi 5 juillet 2012

La formation se tiendra à Paris.

Le lieu exact de la formation vous sera précisé sur votre convocation envoyée avant le stage.

**Consultez les informations relatives à l'hébergement
et à l'accès sur notre site internet :**

<http://evenements.infopro.fr/lsa/conference-merchandising-2012-122,tarifs>

Onglet informations et tarifs

UN ÉVÉNEMENT DU GROUPE

INFOPRO
COMMUNICATIONS

InfoPro Communications est un groupe leader d'information et de services professionnels en France. Nous couvrons cinq univers clés de l'économie : l'automobile, l'industrie, l'assurance et la finance, la distribution, le tourisme et tourisme d'affaires.

InfoPro Communications propose aux acteurs de ces univers une gamme complète de médias et de services : logiciels, bases de données, services en ligne, magazines, salons, formations, conférences...

Ces outils leur permettent de communiquer, de surveiller leur environnement, d'améliorer leur activité et de progresser dans le cadre de leur métier.

Conditions générales de vente

Les conférences et formations des Rencontres de LSA sont organisées par la société GISI.

GISI est un organisme de formation déclaré sous le numéro d'activité 11 92 17343 92 auprès du préfet de région d'Ile de France. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat et ce en vertu de l'article L.6352-12 du code du travail.

Tarifs valables jusqu'à la date des événements. TVA : 19,6 %. Les informations à caractère personnel recueillies ci-dessus par la société Groupe Industrie Service Info (GISI) Société par actions simplifiée au capital de 38 628 352 euros. Siège social : 10, place du Général de gaulle - 92160 ANTONY immatriculée au R.C.S.NANTERRE sous le n°442 233 417 font l'objet d'un traitement informatique.

Elles sont nécessaires à notre société pour traiter votre commande, et sont enregistrées dans notre fichier de clients. GISI pourra vous envoyer des communications relatives à nos activités. Conformément à la loi Informatique et Libertés du 6 août 2004 (art. 34 et s.) vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, de modification et de suppression sur l'ensemble des données qui vous concernent.

Pour exercer ces droits, vous pouvez écrire à : cnil@gisi.fr

Retrouvez l'intégralité des modalités d'inscription et conditions générales de vente sur <http://evenements.infopro.fr/lsa/cgv>

Bulletin d'Inscription

À retourner à Pénélope Vincent / LSA - Fax : +33 (0)1 77 92 98 17
Antony Parc II - 10, place du Général de Gaulle
BP 20156 - 92186 Antony Cedex

Mme Mlle M.

Nom :

Prénom :

Fonction :

Tél. : Port. :

E-mail :@.....

Société :

Adresse :

Code postal : Ville :

Cedex : Pays :

N° TVA intracommunautaire :

N° Commande interne :

N° de Siren :

Organisme payeur et adresse de facturation (si différents) :

Je m'inscris et je choisis :



La conférence MERCHANDISING du 3 juillet 2012

La formation MERCHANDISING des 4 et 5 juillet 2012

Tarif Normal		
<input type="checkbox"/> 1 Jour 995 € HT / 1190,02 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1 690 € HT / 2 021,24 € TTC	<input type="checkbox"/> 3 Jours 1 995 € HT / 2386,02 € TTC
Tarif PME (Moins de 250 salariés)		
<input type="checkbox"/> 1 Jour 750 € HT / 897 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1390 € HT / 1662,44 € TTC	<input type="checkbox"/> 3 Jours 1595 € HT / 1907,62 € TTC

Inscrivez-vous à plusieurs et bénéficiez de nos tarifs dégressifs :
<http://evenements.infopro.fr/lisa/>

Je joins un chèque de € TTC
à l'ordre du Groupe Industrie Services Info

J'accepte de recevoir des offres adressées par LSA ou ses partenaires

Je reconnais avoir pris connaissance des Conditions Générales de Vente qui sont accessibles à l'adresse : <http://evenements.infopro.fr/lisa/cgv> et les accepte sans réserve.

Fait à :

Le :

Signature

Cachet de l'entreprise
