



PROGRAMME DE FORMATION

Merchandising en officine

Les objectifs de la formation sont:

- Comprendre les principes fondamentaux du merchandising en officine.
- Savoir organiser et optimiser l'espace de vente pour améliorer l'expérience client.
- Développer une stratégie de présentation des produits afin d'augmenter les ventes.
- Mettre en place des outils pour mesurer et améliorer la performance commerciale de l'officine.
- Fidéliser la clientèle grâce à un agencement réfléchi et des actions marketing ciblées.

Publics visé : pharmaciens titulaires et salariés, préparateurs en pharmacie, salariés d'officine, acheteurs, logisticiens.

Pré-requis : aucun



Moyens Pédagogiques:

Moyens pédagogiques : En cas de question pédagogique le formateur répondra immédiatement au besoin du stagiaire

- Ressources pédagogiques fournies au stagiaire en entrée de formation
- Cas de comptoir
- QCM en entrée et sortie de formation
- Apports théoriques interactifs

Moyens techniques : Ordinateur, Cours

Référent pédagogique et technique : OHAYON Gabriel

contact@groupe-academy.com

01 89 70 64 04

Délai de réponse: sous 48 heures

Horaires: Du Lundi au Vendredi de 9h00 à 19h00

Evaluation:

Suivi de l'exécution : Le candidat sera évalué par un QCM puis une Attestation d'assiduité sera signées

Sanction : Une Attestation de formation lui sera délivrée

Évaluations qui jalonnent ou concluent l'action de formation : Quiz

Formateur:

Cette formation est animée par un pharmacien expérimenté, ayant accompagné de nombreuses équipes dans le développement de leurs compétences. Il partage des cas pratiques issus de son expérience et favorise une approche interactive et pragmatique pour faciliter la mise en application des acquis.

Nom du formateur : Gabriel OHAYON

L'ACADEMY

37 Rue Collange 92300 Levallois Perret

Siret : 918 560 970 00025 – Naf : 8559A

SASU au capital de 1000 €

Déclaration d'activité enregistré sous le numéro 11922668292 auprès du préfet de la région Ile de France



Durée et modalités de déroulement:

Durée totale de la formation : 4 heures

Rythme : en continue

Modalité de déroulement : Classe virtuelle

Délai d'accès: Sous 7 jours

Détail du programme de formation:

Test de positionnement

Chapitre 1 : Principes du merchandising en officine

- Les fondamentaux : définition et objectifs du merchandising.
- L'importance de l'expérience client en officine.
- Présentation des zones chaudes et froides dans une surface de vente.

Chapitre 2 : Organisation et optimisation de l'espace de vente

- Techniques de segmentation des univers (santé, bien-être, parapharmacie).
- Création d'un parcours client efficace : le sens de circulation idéal.
- Optimisation des facings et des têtes de gondoles.
- Mise en avant des produits saisonniers et promotionnels.

Cas pratique : réaliser un agencement de rayon

L'ACADEMY

37 Rue Collange 92300 Levallois Perret

Siret : 918 560 970 00025 – Naf : 8559A

SASU au capital de 1000 €

Déclaration d'activité enregistré sous le numéro 11922668292 auprès du préfet de la région Ile de France



Chapitre 3 : Communication en officine

- Stratégies pour une signalétique claire et attractive.
- Utilisation des PLV (publicités sur lieu de vente) : affiches, stop-rayons, vitrines.
- Adapter les messages à la clientèle locale.

Cas pratique : Concevoir une vitrine impactante.

Chapitre 4 : Analyse des performances et fidélisation

- Introduction aux indicateurs clés : taux de rotation, marge, ventes croisées.
- Gérer un programme de fidélisation efficace (cartes avantages, applications santé).
- Utiliser le digital pour booster la visibilité et la fidélité (réseaux sociaux, newsletters).

Cas pratique : Élaborer un plan d'action pour améliorer la fidélité.

Évaluation finale