Bloc 2 ANIMATION & DYNAMISATION DE L'OFFRE COMMERCIALE

2. ORGANISER L'ESPACE COMMERCIAL

2.1 AGENCER ET MAINTENIR UN ESPACE COMMERCIAL PHYSIQUE ATTRACTIF

Activité pédagogique

Comprendre les enjeux du merchandising à travers l'analyse de l'agencement d'un point de vente

Contexte : vous êtes responsable d'un point de vente et face à la progression du e-commerce il devient nécessaire d'aménager un espace commercial plus attractif pour attirer les consommateurs et leur faire vivre une expérience d'achat unique

Votre mission

Contexte situationnel : choisissez une unité commerciale physique que vous présenterez brièvement

1. L'agencement de l'espace de vente

- Reproduisez le plan de masse
- Analysez l'agencement et les facteurs d'ambiance utilisés puis dégagez les points forts et faibles
- Concevez la vitrine du point de vente sur un thème de votre choix ou proposez une nouvelle théâtralisation de l'espace de vente ou d'un rayon, en cohérence avec les temps forts de l'activité du point de vente et de sa politique commerciale (et/ou celle de son réseau d'appartenance)

2. La mise en valeur d'un linéaire

- Choisissez le linéaire d'une famille de produits
- Analysez les choix d'implantation des produits
- Application du manuel I et II p 152/153 (calcul de linéaire, d'IS au CA, à la marge)

3. La digitalisation de l'espace de vente

- Repérez les outils digitaux utilisés pour mettre en valeur l'offre et pour le réapprovisionnement et expliquez leur utilité
- Proposez et justifiez des axes d'amélioration

Consignes	
	- Par groupe de 4 étudiants - Durée estimée 10h - Remise d'un dossier illustré

Compétence 2 Organiser l'espace commercial **Compétence 3** Développer les performances de l'espace commercial	**Objectifs** - Comprendre les principes d'organisation d'un espace de vente - Réinvestir les techniques de merchandising -Analyser une situation -Proposer des actions correctrices -Mettre en valeur les produits -Optimiser l'implantation de l'offre

Compétences comportementales

- Utiliser des ressources (stage, cours, manuel recherche personnelle
- Travailler en autonomie
- Savoir communiquer
- Avoir une attitude professionnelle
- Savoir gérer son temps de travail

Savoirs

Les techniques de merchandising

Ressources

► Cours
Professeur + Manuel NATHAN p 111 + fiches ressources 1 + 2+ 3+ 4 p. 117 à 122
-Bloc 1
1.ASSURER LA VEILLE INFORMATIONNELLE
2. REALISER DES ETUDES COMMERCIALES
3. VENDRE DANS UN CONTEXTE OMNICANAL
4. ENTRETENIR LA RELATION CLIENT
- Bloc 2
1. ELABORER EN CONTINU L'OFFRE DE BIENS & SERVICES
3. DEVELOPPER LES PERFORMANCES DE L'ESPACE COMMERCIAL
- CEJM
Thème 2 La régulation de l'activité économique/régulation par le droit
Thème 4 L'impact du numérique sur la vie de l'entreprise
- Gestion opérationnelle : construire et analyser des tableaux de bord, gérer les risques
► Connaissances, expérience personnelle
► Votre expérience professionnelle (stage ou autre lieu/emploi étudiant, emploi saisonnier)

Compétences	1	2	3	4
C 2 Agencer, maintenir un espace Commercial physique attractif				
L'espace de vente est fonctionnel				
L'espace de vente est attractif et déclenche des achats				
Le client est informé sur l'offre de produits				
C 3 développer les performances de l'espace commercial				
L'offre de produits est mise en valeur				
Les performances commerciales sont évaluées et analysées				
Compétences comportementales				

Grille d'évaluation	**Groupe** **Prénom, Nom**			
Critères		**++**	**+**	**-**	**- -**
Présentation du contexte situationnel					
I. L'agencement de l'espace de vente					
Plan de masse					
Analyse de l'agencement et mise en avant des facteurs d'ambiance					
Mise en avant des points forts et faibles					
Conception d'une vitrine ou théâtralisation espace de vente ou rayon					
II. Mise en valeur d'un linéaire					
Analyse des choix d'implantation d'une famille de produits d'un linéaire					
Application	I. Calcul de linéaire				
	II. Calcul d'IS au CA, à la marge				
III. La digitalisation de l'espace de vente					
Identification des outils digitaux utilisés pour mettre en valeur l'offre et leur utilité					
Identification des outils digitaux utilisés pour le réapprovisionnement et leur utilité					
Proposition d'axes d'amélioration					
Ressources, expérience, savoirs sont réinvestis					
Prise en compte de la législation					
Travail en autonomie, responsabilisation					
Attitude professionnelle, implication					
Gestion du temps					
Remise du dossier à l'échéance					
Qualité du dossier ; orthographe, expression, mise en page		**Note**			

Commentaires

Groupes de travail / Mission Bloc2

1	Josua ANTONIO Caroline CRAMBES Lauryn CALLOIS Ali CELIK	KIABI CHAUSSEA/ RUBY FUNERAIRE/QUICK SEPHORA POINT P/COLRUYT
2	Manon BERCOT Jason BOBE Camille GUENAT Amine ZOUAF	C AGRICOLE JOUECLUB/CARREFOUR EXPRESS/KIABI/Mc DO PMS INDUSTRIE ORCHESTRA/JARDILAND
3	Mathilde GRONDIN Damla KUL Célestine NOLOT David GIRARDET	OKAIDI/LECLERC LA HALLE MAXIZOO/SEPHORA/LECLERC FNAC
4	Marine MAUVAIS Khayra METCHAT Jasmine TAFFAHI	BEAUTY SUCCESS I SHOP JENNYFER
5	Lily-Rose LINDECKER Chaîma ATTAF Anice NESSAK Sabri ODACI	NEDEY PSA CROCKY/KIABI SPORT 2000 DARTY/Mc Do
6	Karim SELLAK Leyla KAYA Clara FREMY Célia JAADNA	CORA/CARREFOUR CALZEDONIA CASA BANQUE POPULAIRE/PIMKIE

Suivi travail/absences	
M 5.1.21 2h	J BOBE + C NOLOT
V 8.1.21 3h	
M 12.1.21 2h	
V 15.1.21 3h Remise dossier	