Activité pédagogique : comprendre les enjeux du merchandising à travers l'agencement d'un espace de vente

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				
Application 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

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				