

Fiche d'Écoute : Les fondamentaux du merchandising efficace

Podcast : Pour toutes ces bonnes raisons

- **Expert Invité** : Adrien Bernard (Expert en Merchandising et Category Management)
- **Thème Principal** : Les règles d'or pour optimiser le linéaire et augmenter l'attractivité du rayon.
- **Lien d'écoute** : (À écouter sur Spotify ou Apple Podcasts)

1. Les Idées Clés à Retenir

Concept	Définition/Rôle	Conseil de l'Expert
Le Facing	Nombre de produits présentés de face.	Le facing doit être le reflet de la rotation du produit. Plus un produit se vend, plus il doit être visible.
L'Implantation Verticale	Organisation des produits d'une même marque ou gamme sur plusieurs niveaux.	Facilite la lecture du rayon par le client et permet de mettre en valeur l'ensemble de l'offre de la marque.
Le Niveau Yeux	Le niveau le plus vendeur (entre 1,20m et 1,70m).	Réserver ce niveau aux produits à forte marge ou aux marques que l'on souhaite développer.
Le Merchandising de Gestion	Optimisation de l'espace en fonction des données de vente (CA, marge, rotation).	Ne pas se fier uniquement à l'esthétique. Le merchandising est avant tout une science basée sur les chiffres.

2. Lien avec le CAP EPC (Bloc 2)

Cet épisode est directement lié au **Bloc 2 : Mise en Valeur et Approvisionnement**.

- **Compétence visée** : Participer à l'animation et à la gestion du linéaire.
- **Application pratique** : Savoir réaliser un “réassort” (remise en stock) en respectant le plan de merchandising, identifier les ruptures et les surstocks visuels.

3. Questions de Réflexion (Mini-Quiz)

1. Pourquoi est-il important de respecter l'implantation verticale dans un rayon ?
 2. Si un produit a une forte rotation mais une faible marge, à quel niveau du linéaire doit-il être placé ? Justifiez.
 3. Qu'est-ce que le “merchandising de séduction” et comment se distingue-t-il du “merchandising de gestion” ?
-

Fiche rédigée par Manus AI pour la préparation du CAP EPC.