

**SKILL
& GO.**



ANIMATION COMMERCIALE VIA LA CREATION D'ÉVENEMENTS

5 jours . 5 Modules . Ateliers Pratiques – Exercices

PROGRAMME DE FORMATION ANIMATION COMMERCIALE VIA LA CREATION D'ÉVÈNEMENTS

Public concerné

Tout professionnel (commerçants, indépendant, artisan, vendeur, commercial) souhaitant se former à l'animation commerciale d'un point de vente.

Pré-requis

Aucun

Objectifs opérationnels

- Être capable de comprendre les fondamentaux de l'animation commerciale.
- Être capable de conceptualiser et planifier un événement d'animation commerciale.
- Être capable de communiquer et promouvoir l'évènement.
- Être capable d'intégrer les aspects règlementaires, logistiques et techniques liées à l'évènement.
- Être capable d'évaluer une action d'animation commerciale et pérenniser ses actions.

Durée/ Tarif

35 heures/ 1400 euros HT par stagiaire.

Moyens pédagogiques

Alternance d'apports théoriques, d'ateliers, de simulations et de débriefings.

Approche immersive et participative.

Supports : fiches outils, vidéos, checklists de service, support papier et numérique..

Processus d'évaluation

Notre processus d'évaluation est mis en place à travers une évaluation en début et en fin de formation.

Accès à la formation

Sur entretien téléphonique.

Accessibilité

Les dates de formations sont choisies au moment de la contractualisation (à minima dix jours après la contractualisation). L'environnement doit être approprié à la formation (vérification au cours d'un rendez-vous préalable). Pour toute situation de handicap, merci de nous contacter afin de permettre l'étude et les propositions organisationnelles relative à votre situation.

Matériel

Aucun.

CONTENU DU PROGRAMME

JOUR 1

Module 1 : Fondamentaux de l'animation commerciale (7h)

Les enjeux de l'animation commerciale dans le commerce de proximité.

Les spécificités du marché : profils clients, tendances de consommation, attentes.

Typologies d'animations et événements :

- en magasin (ateliers découverte, offres limitées, dégustations ...),
- hors magasin (salons, partenariats locaux).

- 🕒 Exercice 1 : auto-diagnostic → chaque entreprise remplit une grille pour évaluer ses pratiques actuelles (types d'animations déjà testées, efficacité perçue).
- 🕒 Exercice 2 : brainstorming collectif → identifier 3 attentes majeures de leurs clients actuels.

JOUR 2

Module 2 : Conception et planification d'un événement (7h)

Définir des objectifs mesurables (CA, fidélisation, notoriété).

Élaborer un plan d'action : choix du format, budget, partenaires potentiels (fournisseurs, associations locales, commerces voisins).

Outils de gestion de projet (planning rétroactif, check-lists, to-do list).

Définir des objectifs SMART pour un événement.

- 🕒 Exercice 3 : en sous-groupes → construire le scénario d'un micro-événement (objectif, public cible, durée, budget).
- 🕒 Exercice 4 : utiliser une check-list type pour planifier une animation

JOUR 3

Module 3 : Communication et promotion de l'événement (7h)

Construire un plan de communication multicanal :

- supports physiques (flyers, PLV, affichage vitrine),
- outils digitaux (réseaux sociaux, newsletters, Google Business Profile).

Les codes de communication spécifiques à la cible clientèle (ton, visuels, contraintes légales).

Bonnes pratiques pour engager la communauté : challenges, jeux concours, partenariats influenceurs locaux.

Expérience client : scénographie, ambiance, storytelling.

- 🕒 Atelier pratique : création d'une campagne de communication (visuel, message, calendrier).
- 🕒 Exercice 5 : création d'un post réseau social (visuel + texte) pour annoncer un événement.
- 🕒 Exercice 6 : jeu de rôle → présenter en 30 sec son événement à un client (pitch commercial)

JOUR 4

Module 4 : Aspects réglementaires, logistiques et techniques (7h)

Cadre légal et réglementaire.

Restrictions publicitaires et promotionnelles, règles sanitaires, sécurité en magasin.

Gestion logistique d'un événement : matériel, installation, accueil, sécurité.

Optimiser l'expérience client : storytelling, parcours en magasin, ambiance.

Points de vigilance (droit à l'image, RGPD, sécurité magasin).

- 🕒 Atelier pratique : simulation de mise en place d'un événement en magasin.
- 🕒 Exercice 7 : étude de cas → analyse d'une campagne fictive non conforme, identifier les erreurs réglementaires.
- 🕒 Exercice 8 : simulation → organiser un événement en boutique (mise en scène, parcours client, gestion d'un imprévu).

JOUR 5

Module 5 : Suivi, évaluation et pérennisation des actions (7h)

Évaluer un événement : indicateurs quantitatifs (CA, fréquentation) et qualitatifs (satisfaction, image de marque).

Recueillir et analyser les retours clients (questionnaires, interactions en ligne).

Capitaliser sur l'événement : transformer les participants en clients fidèles, prolonger la visibilité via les réseaux sociaux.

Mutualiser entre entreprises (événements collectifs, campagnes croisées).

- 🕒 Atelier pratique : élaboration par chaque entreprise de sa feuille de route événementielle annuelle.
- 🕒 Exercice 9 : remplir une grille KPI → analyser les résultats chiffrés d'un événement fictif.
- 🕒 Exercice 10 : feuille de route annuelle → chaque participant formalise 2 à 3 animations à réaliser dans l'année avec objectifs, moyens et communication.

Pour vous inscrire à cette formation, veuillez nous contacter :

☎ : 07 81 19 95 97

@ : contact@skillandco.fr