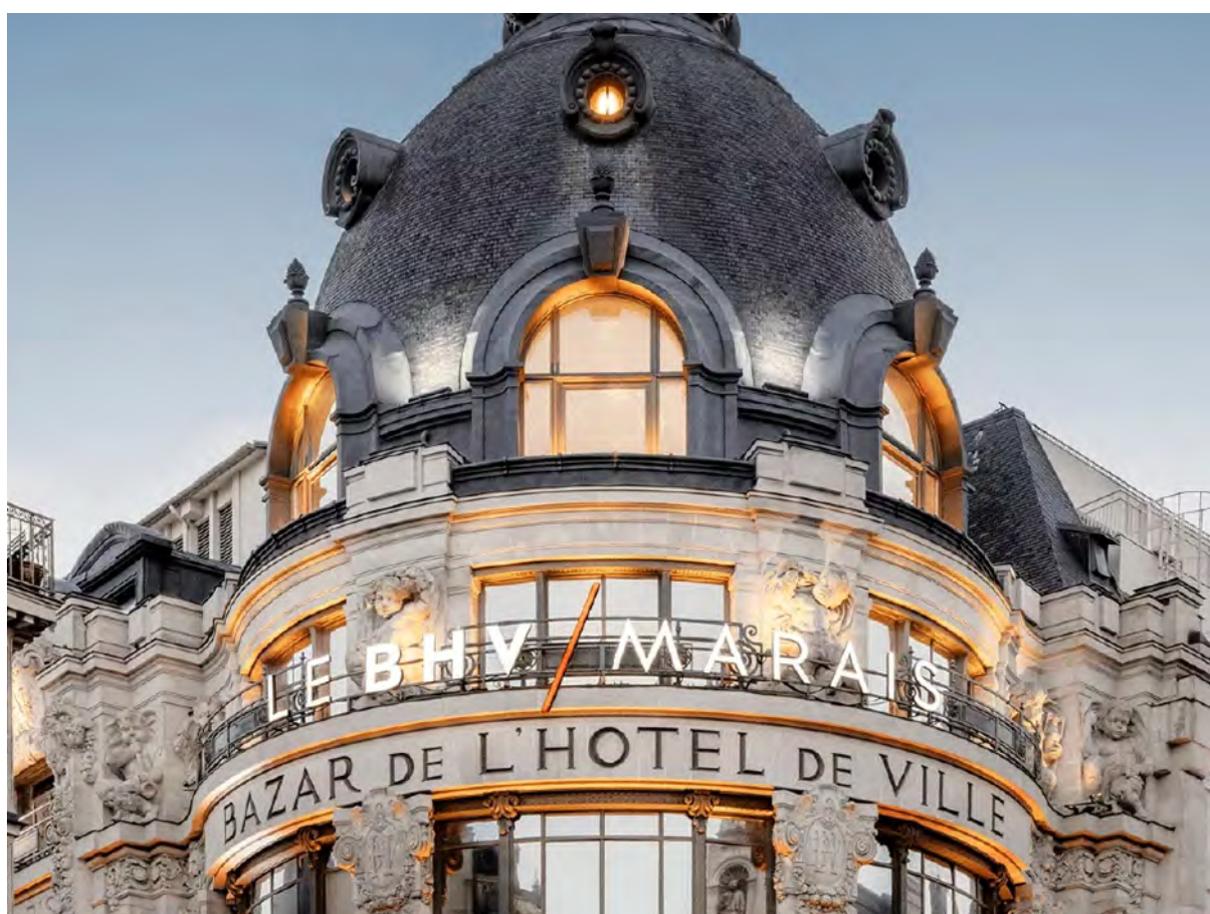


**CFA DES GRANDS MAGASINS**  
**Responsable Programme de Formation**  
**- Visuel Merchandising (RNCP 38280)**



**Titre certifiant de niveau 5 (Bac+2) sur 24 mois, en alternance 2 jours en formation et 3 jours en entreprise par semaine.**

Cette formation vous prépare au métier créatif et stratégique de **Responsable Visuel Merchandising**, dont la mission est d'optimiser les ventes en soignant l'atmosphère visuelle du point de vente. Le rythme de l'alternance (2 jours de cours en cours à distance et 3 jours en entreprise chaque semaine) permet d'appliquer immédiatement les acquis en situation réelle. Le programme est structuré en **4 grands blocs de compétences** issus du référentiel RNCP:

**Bloc 1 : Analyse de marché et stratégie merchandising** – Analyser les indicateurs et la concurrence pour définir une politique merchandising adaptée

**Bloc 2 : Conception de l'identité visuelle du point de vente** – Concevoir et mettre en scène l'univers visuel d'une enseigne, de la vitrine à l'aménagement intérieur

**Bloc 3 : Réalisation de projets de visual merchandising** – Piloter la création et l'installation de vitrines/espaces commerciaux du concept initial jusqu'au montage final

**Bloc 4 : Management d'équipe et pilotage du merchandising** – Manager les équipes et assurer le suivi des performances du projet merchandising dans la durée

Chaque semestre de la formation correspond à l'approfondissement de l'un de ces blocs. Vous trouverez ci-dessous une présentation semestrielle des axes de formation, des objectifs pédagogiques, des projets menés et des compétences développées.



## Semestre 1 : Fondamentaux du Merchandising & Analyse de Marché (Bloc 1)

Ce premier semestre pose les bases du **merchandising visuel** et du **marketing** appliqué au retail. Vous découvrez les fondamentaux de la stratégie commerciale et de la psychologie du consommateur. Cours et ateliers vous initient à la **veille concurrentielle**, à l'**étude de marché** et à l'analyse du **parcours d'achat client**. Vous apprenez à exploiter des indicateurs de performance (chiffre d'affaires, ventes par produit, etc.) pour identifier des leviers d'action visant à optimiser les ventes.

En parallèle, vous vous familiarisez avec les outils du marketing stratégique (segmentation, mix-marketing 4P, analyse SWOT) afin de comprendre le positionnement d'une marque sur son marché.

## **Objectifs pédagogiques & compétences développées :**

**Analyser le marché et la concurrence :** mener une veille sectorielle (presse pro, visites de magasins, salons) pour suivre les tendances merchandising.

**Réaliser une étude de marché externe :** analyser l'offre, la demande et les modes de communication d'une enseigne afin de dégager des facteurs de rentabilité.

**Décrypter le comportement du consommateur :** étudier le processus d'achat et les facteurs de décision/fidélisation de la clientèle cible.

**Établir un diagnostic stratégique :** utiliser le mix-marketing et l'analyse SWOT pour évaluer le positionnement d'une marque sur son marché.

## **Exemples de projets et d'activités :**

**Étude de cas "Boutique" :** analyse complète du merchandising d'un point de vente existant (forces/faiblesses, opportunités/menaces) avec recommandations d'amélioration.

**Benchmark concurrentiel :** rapport de veille sur les vitrines et aménagements chez les enseignes concurrentes (visites mystère, photos, comparaisons).

**Atelier "Parcours client" :** mapping du parcours client en magasin pour identifier les points stratégiques d'accroche visuelle et proposer des améliorations.

*(Compétences développées : analyse de données, esprit critique, compréhension du marché, synthèse.)*



## Semestre 2 : Conception Visuelle & Identité de Marque (Bloc 2)

Le deuxième semestre est consacré à la **création visuelle** et à la conception de projets merchandising. Sur la base des analyses effectuées en Semestre 1, vous apprenez à traduire l'identité d'une marque en **concepts visuels concrets**. Au programme : techniques de **scénographie de vitrine**, notions de design d'espace commercial, et initiation aux outils de conception (logiciels de CAO/DAO, modélisation 3D, etc.). Vous réalisez l'audit d'une boutique ou d'une enseigne afin de définir une **stratégie de visuel merchandising** cohérente avec son image et ses objectifs. Ensuite, vous élaborez des **planches tendance (mood boards)** et maquettes pour présenter votre concept au client, en justifiant vos choix esthétiques.

Une attention particulière est portée au respect des contraintes (budget, délais, normes de sécurité et d'accessibilité PMR), et vous apprenez également à formaliser un **cahier des charges** complet listant les étapes de mise en œuvre du projet validé. Ce semestre développe votre créativité tout en vous enseignant la rigueur nécessaire à la planification de projets professionnels.

## **Objectifs pédagogiques & compétences développées :**

**Imaginer un concept merchandising original** : concevoir l'univers visuel d'un projet (thématique, ambiance, storytelling) et le matérialiser via des moodboards, sketches ou maquettes 3D.

**Formaliser un projet dans un cahier des charges** : définir toutes les étapes, ressources et contraintes du projet (budget, planning, matériel, normes) dans un document de référence.

**Sélectionner matériaux et prestataires** : choisir les éléments de décor, mobiliers ou fournisseurs (menuisier, graphiste...) en accord avec le concept et les valeurs RSE de la marque.

**Présenter et argumenter la proposition** : élaborer un dossier visuel et un devis, puis défendre le projet devant un commanditaire en justifiant le ROI attendu.

## **Exemples de projets et d'activités :**

**Projet "Vitrine Thématique"** : conception d'une vitrine événementielle (lancement de collection, période festive...) de l'idée initiale jusqu'au dossier de présentation client (plans, visuels 3D, budget).

**Atelier Maquette** : réalisation en groupe de l'aménagement intérieur d'une boutique (zoning, circulation, mise en scène produit) à l'aide d'un logiciel spécialisé, suivie d'une critique collective.

**Exercice "Brief & Budget"** : à partir d'un cas réel d'entreprise, rédaction d'un cahier des charges et d'un budget prévisionnel pour une refonte de vitrine, avec mise en avant des choix écoresponsables (matériaux recyclés, éclairage LED...).

*(Compétences développées : créativité et sens artistique, maîtrise des outils de conception, gestion de projet, communication professionnelle.)*



## Semestre 3 : Pilotage de Projet & Scénographie Événementielle (Bloc 3)

Lors du troisième semestre, vous passez à la mise en œuvre pratique d'un **projet complet de visual merchandising**. Fort des concepts élaborés auparavant, vous allez réaliser concrètement une scénographie, en conditions proches du réel. Vous apprenez à **gérer un projet événementiel** de A à Z : élaboration d'un rétroplanning détaillé, répartition des rôles, coordination des différents intervenants (chefs de rayon, installateurs, fournisseurs) et suivi logistique des commandes. Une large part de l'apprentissage se fait via la **production d'une vitrine ou d'un espace de vente grandeur nature**. Vous concevez le décor, puis procédez au **montage de la vitrine** en tenant compte des contraintes logistiques, de la charte de l'enseigne et des instructions de montage des fournisseurs. Cet exercice vous apprend à superviser une équipe sur le terrain : vous répartissez les tâches de montage entre les participants, gérez les imprévus (retards de livraison, ajustements de dernière minute) et veillez au respect du cahier des charges initial malgré les contraintes du réel. Des points d'avancement réguliers (réunions de suivi de projet) vous habituent à ajuster le plan d'action si nécessaire pour tenir les objectifs fixés. En fin de semestre, vous formalisez et

**présentez le projet réalisé** (rapport, présentation orale avec photos/vidéos du rendu) afin d'évaluer l'impact de la scénographie mise en place, notamment au regard des indicateurs de performance définis au départ.

**Objectifs pédagogiques & compétences développées :**

**Gérer un projet merchandising de bout en bout** : planifier les étapes (avant-projet, conception, installation, évaluation) et piloter l'exécution dans le respect des délais et du budget.

**Superviser le montage sur site** : coordonner les équipes et prestataires lors de l'implantation (montage d'une vitrine ou d'un pop-up store), en donnant des consignes claires et en assurant la sécurité.

**Coordonner et ajuster les actions** : suivre l'avancement par des réunions d'équipe, résoudre les problèmes en cours de route et recadrer si besoin pour garantir le résultat attendu.

**Valider les résultats et mesurer l'impact** : livrer le projet fini au client/manager, présenter la réalisation (supports visuels à l'appui) et analyser les KPI de performance (trafic, ventes, taux de conversion) pour en tirer des enseignements.

**Exemples de projets et d'activités :**

**Projet fil rouge "Vitrine Réelle"** : en binôme ou trinôme, conception et installation d'une vitrine sur un thème donné (ex. soldes d'hiver) dans un espace dédié de l'école ou chez un partenaire. Ce projet se déroule sur tout le semestre avec un suivi régulier, et fait l'objet d'une soutenance devant un jury de professionnels en fin de période.

**Atelier "Magasin Éphémère"** : simulation de l'ouverture d'un pop-up store : choix du lieu, aménagement intérieur express, mise en avant des produits, inauguration (jeu de rôle client/vendeur) puis démontage. Cet atelier permet de vivre un cycle complet de projet événementiel en conditions accélérées.

**Challenge professionnel** : intervention de professionnels externes proposant un problème réel – par exemple, repenser le merchandising d'un rayon pour augmenter les ventes – que vous devez résoudre en équipe en une semaine (concours de solutions avec présentation finale).

*(Compétences développées : gestion de projet opérationnelle, leadership, travail d'équipe, adaptabilité, sens du détail, respect des normes de qualité et de sécurité.)*



## **Semestre 4 : Management d'Équipe & Expertise Merchandising (Bloc 4)**

Le dernier semestre consolide vos acquis et vous projette dans le rôle d'un **responsable** à part entière. L'accent est mis sur le **management** et la capacité à déployer une stratégie merchandising de façon pérenne. Vous apprenez à **former les équipes de vente** en magasin aux bonnes pratiques de mise en scène : par exemple, expliquer aux vendeurs comment entretenir et renouveler une vitrine selon les saisons ou les opérations commerciales. Vous travaillez sur la création de **supports pédagogiques** et

de guidelines : réalisation d'un guide de merchandising (charte visuelle, fiches techniques d'implantation) destiné aux équipes en point de vente. Ces supports serviront à uniformiser le déploiement de l'identité visuelle dans différents magasins. Par ailleurs, vous développez vos compétences de **gestion d'équipe** : planifier le travail des différents acteurs du projet, répartir les tâches en fonction des compétences de chacun, et encadrer le déploiement d'un plan merchandising sur un réseau de magasins. On vous sensibilise à la gestion du stress et des imprévus : comment garder votre équipe motivée, prévenir les conflits lors des périodes de rush (par exemple, préparation des soldes ou d'un lancement national) et assurer de bonnes conditions de travail pour tous. Ce semestre est aussi celui du **projet de fin d'études** : vous finalisez un projet complet (démarré précédemment ou nouveau défi) et le présentez devant un jury professionnel pour valider votre certification. Vous sortez de la formation avec une **vision stratégique globale** du visual merchandising et une première expérience de management, prêt à piloter des projets de grande envergure.

### **Objectifs pédagogiques & compétences développées :**

**Transmettre le savoir-faire merchandising** : savoir former et guider les équipes magasin dans la mise en place des vitrines et des displays, afin d'assurer la continuité du concept visuel au quotidien.

**Élaborer des standards visuels** : créer des guides et supports (book merchandising, planogrammes, guidelines vitrines) pour communiquer les bonnes pratiques à l'échelle d'un réseau de points de vente.

**Manager une équipe projet** : animer les réunions de suivi, répartir les tâches selon les talents de chacun, encadrer le travail (coaching sur le terrain, rappel des consignes de sécurité et d'ergonomie) et gérer les conflits ou le stress pour maintenir la cohésion.

**Assurer le suivi et l'amélioration continue** : suivre les performances post-implantation (chiffres de ventes, retours client) afin d'ajuster la stratégie merchandising si nécessaire et d'atteindre les objectifs fixés.

## **Exemples de projets et d'activités :**

**Projet de fin d'études** : réalisation et soutenance d'un projet complet de visual merchandising. Ce projet intègre tous les aspects vus durant la formation (analyse, concept, déploiement, management). Par exemple, certains étudiants choisiront de refondre totalement le merchandising d'une boutique partenaire (ou de leur entreprise d'accueil) puis d'en mesurer l'impact sur le chiffre d'affaires. La soutenance devant un jury valide l'obtention du titre RNCP niveau 5.

**Mission de mentorship** : chaque alternant de dernière année coache un nouvel apprenant de première année lors d'une activité de mise en vitrine. Cet exercice de tutorat renforce vos compétences pédagogiques et votre leadership en situation réelle.

**Évaluation "Management"** : jeu de rôle grandeur nature où vous endossez le rôle de responsable merchandising lors de l'ouverture d'un nouveau magasin : constitution d'équipe, briefing, gestion d'un imprévu le jour J, puis débriefing sur les décisions prises.

*(Compétences développées : leadership, gestion d'équipe, pédagogie, gestion du stress, vision stratégique, autonomie.)*

**Perspectives de validation et débouchés** : Au terme de ces deux années, vous aurez acquis un profil polyvalent alliant **créativité, sens analytique** et **compétences managériales**. Vous serez ainsi capable de concevoir et piloter l'ensemble d'un projet de **visual merchandising**, de la phase d'étude à la mise en place opérationnelle, tout en encadrant une équipe. Après obtention du **titre RNCP 38280** – Responsable Visuel Merchandising, de nombreuses opportunités de carrière s'ouvrent à vous : **marchandiseur visuel, décorateur-étalagiste, scénographe d'espaces de vente**, ou encore **responsable merchandising** au sein d'une enseigne. Ce programme complet vous aura permis de développer une **expertise métier** très recherchée dans les domaines du retail, du luxe et de l'événementiel commercial.