

MISE EN PLACE DES ACTIONS DE MARCHANDISAGE

Il s'agit pour ce chapitre d'expliquer clairement et synthétiquement sous forme de schémas/plans et d'analyses écrites la mise en place concrète de votre produit ou gamme de produits pour votre action d'animation.

Sera également évalué la qualité du vocabulaire que vous employez.

Au travers de cette analyse vous devez traiter 3 grands thèmes :

- L'agencement général de votre espace de vente dédié à votre OP
- Les outils et moyens utilisés pour la mise en avant du produit ou gamme de produits
- Le Contrôle de l'attractivité, en fonction des contraintes réglementaires et commerciales. Il est important pour cette partie de faire visualiser l'action. Je vous conseille donc vivement d'y apporter des photos, plans....en annexe.

1 page

Plan proposé :

I- AGENCEMENT DE L'ESPACE DE VENTE

Cette partie répond à la question : Comment j'ai organisé l'offre produit ou gamme de produit pour mon OP ?

a. Regroupement des familles de produits

Expliquez sous forme de plan schématique le regroupement des produits (principal et complémentaires). N'hésitez pas à utiliser de la couleur, préférez un plan informatique.

Analysez et justifiez ce plan. N'oubliez pas de faire apparaître : les zones chaude, froide, sens de circulation, moyens d'accès, caisse, allées, rayons attractifs...).

b. Les familles de produits complémentaires

Enumérez les produits complémentaires que vous avez liés à votre produit ou gamme de produit pour l'OP.

Justifiez vos choix.

II- MISE EN AVANT DES PRODUITS

a. Action de merchandising de séduction

Expliquez dans cette partie les règles de merchandising de séduction précise que vous avez suivi pour implanter votre OP.

Justifiez vos choix.

b. Mise en place des facteurs d'ambiance

Enumérez l'ensemble des facteurs d'ambiance que vous avez mis en œuvre pour attirer votre clientèle et mettre en avant votre OP.

Pour chacun justifiez et donnez en les objectifs.

c. Mise en place de la signalétique PLV / ILV

Enumérez l'ensemble de la signalétique (PLV-ILV) que vous avez mis en place pour attirer, diriger et informer votre clientèle et mettre en avant votre OP.

Pour chacun justifiez et donnez en les objectifs

Preuves :

- plan rayon et zone de l'action
- Descriptif signalétique (photos, maquette...)
- Matériel de démonstration, mobilier...

Pour vous aider n'hésitez pas à vous reporter au mémo E3 de première année.

III - CONTROLE DE L'ATTRACTIVITÉ DE LA ZONE D'ANIMATION / PROMOTION DANS LE RESPECT DES CONTRAINTES.

Expliquez votre recul et prouvez que vous avez respecté l'ensemble des contraintes que vous deviez prendre en compte.

(Vérification des contraintes réglementaires, commerciale, techniques de merchandising, harmonie des couleurs, forme, validation équipe, supérieur.....)