

## Cours et Méthodologies pour la fiche mission 3 (merchandising)

---

### Les 4P (en annexe)

**A utiliser dans les annexes si vous implantez par ex une nouvelle gamme de produit ou si vous voulez expliquer à votre jury le positionnement de votre UC**

Les principales variables d'action marketing sont réparties dans les 4 P de la façon suivante :

<u>Produit</u>	<u>Prix</u>	<u>Distribution (place)</u>	<u>Communication (promotion)</u>
Qualité Caractéristiques et options Marque Style Tailles Conditionnement Service après-vente Garantie	Tarif Remise Rabais Conditions de paiement Conditions de crédit	Canaux de distribution Points de vente Zones de chalandise Stocks et entrepôts Assortiment Moyens de transport	Publicité Promotion des ventes Force de vente Marketing direct Relations publiques

Les 4 P ici présentés correspondent à l'optique du fabriquant face à son marché. Pour le client, les actions marketing doivent se traduire en avantage. Les 4 P deviennent alors les **4 C**.

<b>4 P</b>		<b>4 C</b>
<u>Produit</u>	—	Client
<u>Prix</u>	—	Coût
<u>Place</u>	—	Commodité
<u>Promotion</u>	—	Communication

Exemple : le sac Céline

---

### Les 5 Bons de KEPNER (en annexe)

**A utiliser dans la justification de la réalisation du projet merch**

Les 5B de Kepner correspondent à 5 règles de bases relatives au merchandising édictées par Charles H. Kepner dans les années 1950.

Les 5B de Kepner pour un merchandising réussi :

- le bon produit : choix et attrait = assortiment et qualité différente, packaging...
- au bon endroit : dans le mag (zone froide ou chaude (rendre visible certains produits), rayon...y'a-t-il des contraintes techniques ? quel linéaire (yeux, en bas ou en haut)

- au bon moment : la saison, les évènements, le climat
  - au bon prix : adapter le niveau des prix à la ZC, éventail de prix et promotions ou offres
  - en bonne quantité : packaging (famille, lot ou indiv), quelle quantité en rayon et fréquence ?  
facing pour la visibilité), stock...
  - aujourd'hui, la bonne information fait son entrée : par d'autres auteurs
- Délivrer la bonne info sur le produit, les caractéristiques, la composition, ses perf...cf  
l'étiquette, opérations commerciales, animations, usage et mise en service du produit (mode  
d'emploi)

## Cours sur le merchandising : contraintes techniques

### **-Le merchandising**

<http://testaz.alternance-azur.fr/bts-muc-le-programme/acrc/les-fiches-dactivites/fiche-c53/quelle-methodologie-appliquer/les-types-de-merchandising/>

### **Les différents types :**

#### **Merchandising d'organisation**

Organiser l'espace commercial et l'agencement des rayons via un balisage, des meubles, un plan interactif... la circulation du client (via un circuit imposé comme Ikéa ou plus libre) ou regrouper les produits pour faciliter la rapidité d'achat du client (Lidl)

#### **De gestion**

Choisir le meilleur assortiment (maximiser le CA) et proposer les bons produits pour les clients, proposer une meilleure présentation, bien référencer ses produits (différentes marques, MDD...)

#### **De séduction**

Via différents moyens : ambiance, mkg olfactif, univers (Abercrombie...), TV (salon en GS)...

### **Les règles de base d'un bon merchandising :** (animalis)

<http://testaz.alternance-azur.fr/bts-muc-le-programme/acrc/les-fiches-dactivites/fiche-c53/quelle-methodologie-appliquer/regles-de-base-dun-merchandising-reussi/>

### **Ce que vous devez techniquement connaître pour conduire votre analyse**

**A ajouter dans moyens et techniques mis en œuvre puis dans votre analyse, qu'avez-vous utilisé et pourquoi ?**

### **Analyse d'un agencement**

<http://testaz.alternance-azur.fr/bts-muc-le-programme/acrc/les-fiches-dactivites/fiche-c53/quels-moyen-et-techniques-employer/analyse-dun-agencement/>

Zone froide / Zone chaude /

Allée pénétrante / principale / secondaire / périphérique

### **Le mobilier**

<http://testaz.alternance-azur.fr/bts-muc-le-programme/acrc/les-fiches-dactivites/fiche-c53/quels-moyen-et-techniques-employer/lanimation-sur-le-mobilier/>

Je vous présente quelques mobiliers

usuels:

- la gondole
- le portant
- la bergerie
- le vrac
- les têtes de gondole
- les ilots
- le meuble réfrigéré

### Les types d'implantation

<http://testaz.alternance-azur.fr/bts-muc-le-programme/acrc/les-fiches-dactivites/fiche-c53/quels-moyen-et-techniques-employer/analyse-dun-agencement/>

- l'implantation horizontale
- l'implantation verticale
- la rupture visuelle
- le cross merchandising
- le bloc de produits
- le bloc de couleurs
- le libre essayé/libre touché
- le facing à plat
- le facing en feuilleté
- l'anatomie
- la symétrie
- les vitrines

### Les supports PLV et ILV

<http://testaz.alternance-azur.fr/bts-muc-le-programme/acrc/les-fiches-dactivites/fiche-c53/quels-moyen-et-techniques-employer/animation-sur-les-supports-de-plv-et-dilv/>

Présentoir de comptoir ou au sol / Box PLV / Arche / Fronton / Habillage de bac / Jupe de palette / Joue de linéaire / Réglette / Habillage de linéaire / Stop rayon / Kakemono / PLV numérique / Borne interactive / Radio d'enseigne

### Le merchandising de gestion

-Calcul de rotation

<http://testaz.alternance-azur.fr/bts-muc-le-programme/acrc/les-fiches-dactivites/fiche-c53/quels-moyen-et-techniques-employer/donnees-base-de-gestion-lineaire/>

-Référence de produit / Linéaire au sol / Linéaire développé

-Part de linéaire de référence / Contribution au CA d'une ref / Contribution de chaque ref à la marge du linéaire

-Diagnostic : Comparaison part de linéaire / Contributions (perf d'une ref en rayon)

<http://testaz.alternance-azur.fr/bts-muc-le-programme/acrc/les-fiches-dactivites/fiche-c53/quels-moyen-et-techniques-employer/comparaison-parts-lineaire-contributions/>

-Indices de sensibilité au CA et à la marge

<http://testaz.alternance-azur.fr/bts-muc-le-programme/acrc/les-fiches-dactivites/fiche-c53/quels-moyen-et-techniques-employer/calcul-et-interpretation-indices-sensibilite/>

-Indice de comportement (séduction d'un rayon)

<http://testaz.alternance-azur.fr/bts-muc-le-programme/acrc/les-fiches-dactivites/fiche-c53/quels-moyen-et-techniques-employer/indices-comportement/>

### Autres apports théoriques :

-Exemple de l'analyse d'une vitrine : doc aménagement\_vitrine GRC

-cours GRC merch