

Comment tenir compte du comportement du consommateur dans l'élaboration du plan de merchandising ? :

- L'arrière du magasin sert généralement à placer des marchandises de base que la clientèle régulière sait qu'elle trouvera. La clientèle sera ainsi en contact avec plus de produits durant son trajet.
- L'avant est un excellent endroit pour proposer les promotions et pour susciter des impulsions.
- Regarder de bas en haut et de haut en bas demande un effort supplémentaire.
- Le niveau des yeux est le meilleur niveau pour prendre un objet, celui des mains aussi.
- 90% de la clientèle circule vers la droite, la droite de l'entrée principale est donc une zone de choix
- Il est plus facile de circuler dans les allées périphériques et le contour d'un magasin. En effectuant leurs virages les gens voient le début des allées centrales et les bouts d'îlots.
- Le comptoir caisse est utile pour l'accueil et le service à la clientèle, les ventes supplémentaires et impulsives, l'emballage de produits, la surveillance.
- Tout les endroits où les clients doivent s'arrêter et attendre sont stratégiques pour offrir des produits impulsifs. On doit respecter une alternance entre les produits réguliers et à impulsion.
- Tenez compte des automatismes du consommateur; placer les meilleures marchandises à droite. Les gens reviennent rarement sur leurs pas. Éviter qu'ils cherchent trop longtemps ce qui les intéresse.
- Le merchandising offrira au client une expérience de magasinage agréable. Et un client satisfait renouvelle ses achats.

Dans cette chronique, nous vulgarisons des notions et des principes de base du Design et de l'aménagement commercial. Au plaisir de recevoir vos commentaires.

Courriel : info@couzindesign.com

Sur le Web ! www.couzindesign.com

© Tous droits réservés. Couzin Design Inc.