

Fiche ressource : Mettre en place un espace commercial attractif et fonctionnel

Dans le cadre :

- Des recommandations, préconisations, procédures de l'entreprise (du siège) ou de l'enseigne.
- Du positionnement et de l'identité visuelle de l'entreprise.
- D'un environnement réglementaire et juridique.
- Des contraintes spécifiques à l'unité commerciale et à ses meubles de vente.

Etre capable de	Eléments à analyser	Exigences	Outils informatiques pouvant être mobilisés
1. Agencer la surface de vente	<ul style="list-style-type: none"> - Les plans types fournis par l'entreprise (siège ou enseigne). - Les normes et la réglementation en matière de sécurité et d'hygiène. - Des études sur le comportement des consommateurs. - Des études de satisfaction. - Des matériels spécifiques (mobilier, pancartage...). 	<ul style="list-style-type: none"> - Les recommandations du siège ou de l'enseigne sont respectées. - Les facteurs d'ambiance : <ul style="list-style-type: none"> ⇒ sont bien perçus par les clients, ⇒ facilitent le travail des personnels. - Les règles d'hygiène et de sécurité sont strictement respectées. - Les modifications éventuellement proposées sont argumentées en fonction des attentes des clients ou des gains d'efficacité potentiels. 	<ul style="list-style-type: none"> - Logiciel Ethnos pour réaliser des enquêtes. - Logiciel de GRC. - Logiciels de traitement de texte, tableur, PAO.
2. Mettre en valeur les produits et assurer la visibilité des services	<ul style="list-style-type: none"> - Les préconisations de l'enseigne, du siège ou des fournisseurs. - Des diagnostics. - La réglementation en vigueur. 	<ul style="list-style-type: none"> - La place accordée aux marques, aux produits et aux services est conforme aux objectifs commerciaux. - La présentation des produits et des services facilite le confort d'achat du 	<ul style="list-style-type: none"> - Logiciel de GRC. - Logiciels de PAO, tableur. - Logiciel de merchandising.

	<ul style="list-style-type: none"> - Des techniques de merchandising. - Des résultats d'études ou de panels : comportement des consommateurs, satisfaction, concurrence. - Des logiciels de merchandising. 	<ul style="list-style-type: none"> client. - La présentation et conforme aux attentes des consommateurs. - Les performances commerciales et financières de la présentation des produits ou services sont mesurées. - La réglementation en vigueur est respectée. - Des solutions d'améliorations argumentées sont proposées. 	
<p>3. Assurer la qualité de l'information sur le lieu de vente</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La charte graphique. - Les moyens d'information sur le lieu de vente. - Des études sur le comportement des consommateurs. - Des études de satisfaction. - Des matériels et supports spécifiques (réglettes, bandeaux, pancartages...). 	<ul style="list-style-type: none"> - L'information sur le lieu de vente mise en place est : <ul style="list-style-type: none"> ⇒ conforme aux réglementations du siège ou de l'enseigne. ⇒ visible, compréhensible et utile pour les clients. - Les nouveaux supports proposés améliorent le confort d'achat des clients. 	<ul style="list-style-type: none"> - Logiciel de GRC. - Logiciels de PAO et de traitement de texte, tableurs. - Logiciel Ethnos pour réaliser des enquêtes.