

SYNTHÈSE du Chapitre 11 : L'agencement général de l'unité commerciale.

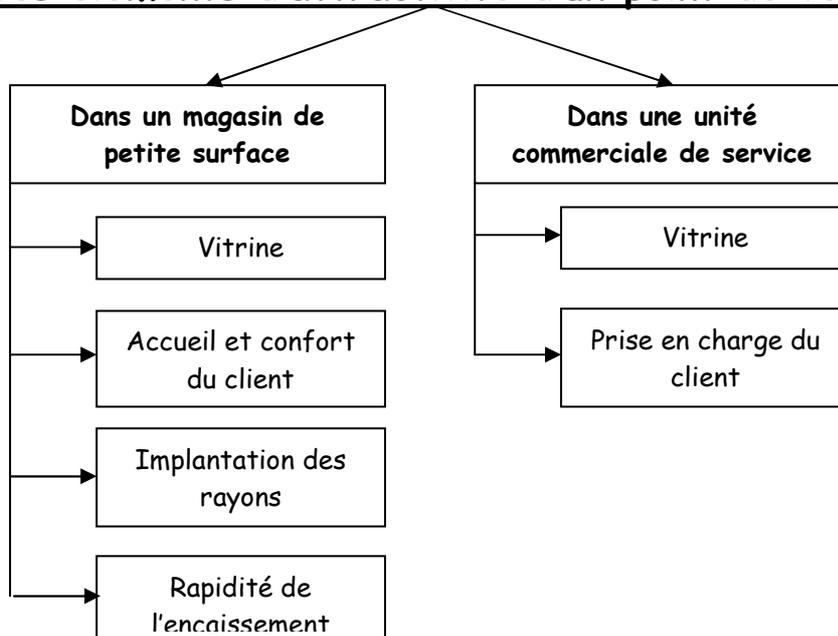
Objectifs :

- Préciser les enjeux.
- Décrire les principes d'aménagement de l'espace.
- Souligner les particularités des unités commerciales proposant des services.
- Décrire les particularités et les contraintes de l'ensemble des locaux non dédiés à la vente.
- Présenter les principes de base du merchandising d'un magasin.
- Distinguer les particularités des points de vente virtuels.

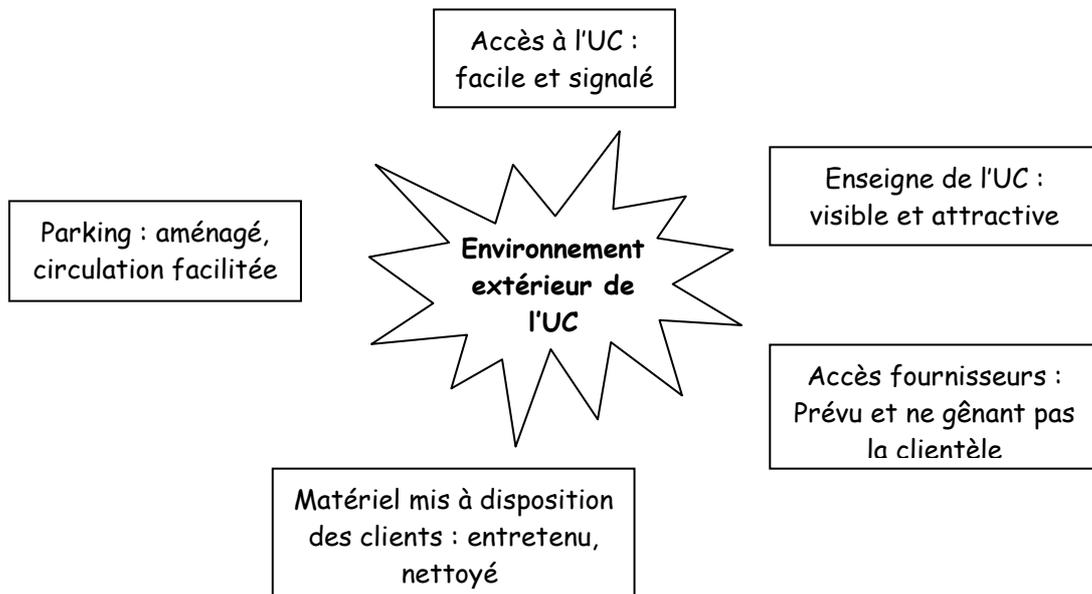
Mots clés :

- Back office.
- Front office.
- Zone froide.
- Zone chaude.

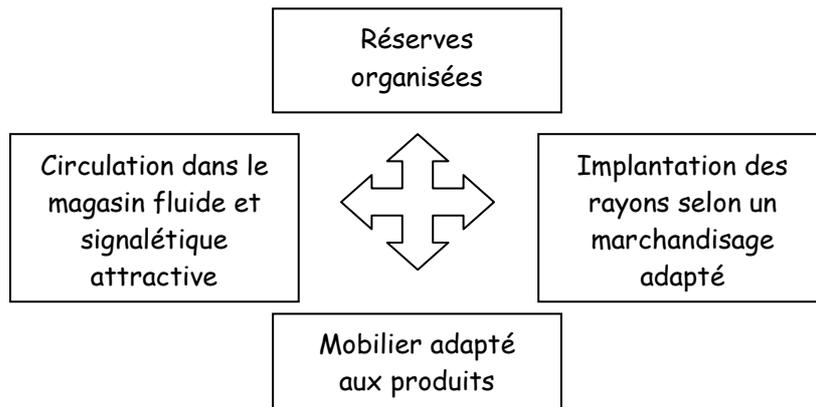
Les éléments d'attractivité d'un point de vente.



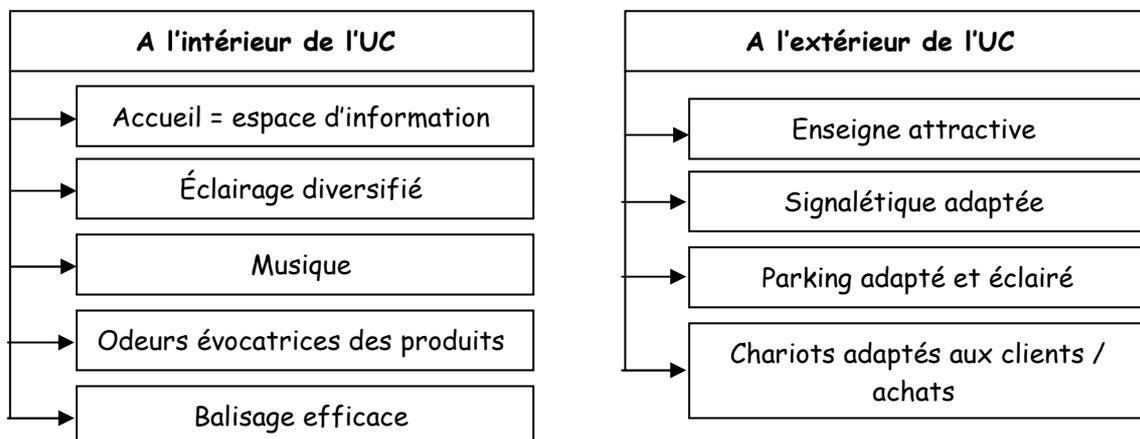
L'agencement extérieur.



Les critères d'optimisation de l'espace commercial.



Les critères d'une ambiance favorable à l'achat.



Les spécificités des unités commerciales virtuelles.

Information immédiate
sur la disponibilité des
produits

Possibilité d'une taille
illimitée du site

Divers outils Internet
pour faciliter l'accès
au site

**Des atouts qui doivent respecter des
contraintes techniques et commerciales**