

Le merchandising/merchandising du point de vente

I) Définition

Le merchandising/merchandising permet à une entreprise de présenter le bon produit au bon moment, au bon prix, à la bonne place avec la bonne présentation et la bonne information. Améliorer le merchandising/merchandising de son entreprise vise donc à optimiser le marketing de ses produits dans un point de vente afin de dynamiser les performances commerciales.

II) Les formes de merchandising

Formes	Description
Merchandising d'organisation	Disposer les produits de manière ce qu'ils soient bien structurés, présentés et rangés pour que les clients y accèdent facilement
Merchandising de séduction	Disposer les produits en utilisant des balisages de types ILV et PLV pour informer et séduire le client via des atouts informationnels liés aux produits.
Merchandising de gestion	Disposer les produits de manière à optimiser la zone de vente. Limiter la mise en rayon des produits pour utiliser la surface de stock pour d'autres produits.

Les zones de merchandising importantes dans un point de vente

Certaines zones dans un point de vente sont importantes car elles peuvent être génératrices de vente. Il est donc nécessaire d'optimiser la visibilité des produits dans ces zones :

- La vitrine
- Les têtes de gondole
- Les zones froides et les zones chaudes
- Les zones de caisse