

COMMENT REALISER TG OU ANIMATION COMMERCIALE?

1 le contexte?

On vous demande de réaliser une TG ou une animation commerciale (promotions dans l'allée centrale)

- dans le rayon en tête de gondole
- soit en dehors du rayon (table, tourniquet,...) avec ou sans planogramme

Vous allez évaluer la pertinence économique de cette implantation sur une durée de temps (7j, 15j).

2 Collecte des données lors de l'implantation

- Existe-t-il un planning des animations prévues par le point de vente ? → si oui = annexe

- il faut d'abord collecter les ventes des produits concernés AVANT leurs mises en avant

- il faut ensuite mesurer le linéaire développé du (rayon permanent = fond de rayon) avant la mise en avant

- Sélection de l'espace d'animation (TG ou allée centrale ou pénétrante)
- Vérifier l'état des stocks des produits MAE (mis en avant)
- si vous participez personnellement à l'animation → argumentaire utilisée pour vendre le (s) produit (s) + réponses aux objections
- munissez-vous du planogramme (en annexe) et construisez le squelette (photo) de votre TG ou de votre espace promotionnel → respectez les règles de merchandising
- Quelles sont les règles d'hygiène et de sécurité à respecter avant, pendant et après l'animation
- terminez l'implantation (photos)
- respectez la réglementation en vigueur sur les promotions → règles en annexe
- balisage (photo)
- photo implantation des produits
- mise en place PLV et ILV et autres facteurs d'ambiance (éclairage,)
- mesurez le linéaire développé de chaque référence (en cm)



- choix des indicateurs : il est IMPOSSIBLE de connaître les ventes des produits en TG. En effet les logiciels ne peuvent pas faire de différence entre le fond de rayon et la mise en avant → il est donc nécessaire d'adapter une méthode pour évaluer les ventes de la TG en volume et en valeur ! Vous devez sur une feuille de brouillon comptabiliser les réappro de la TG afin de connaître le volume des ventes de la TG sur la période. Il faudra ensuite valoriser ces ventes en € (parfois nécessaire de laisser les consignes aux ELS pour faire ce travail en votre absence)

3 Traitement des données sous Excel

Dans une feuille de calcul Excel vous calculez

SUR LE FOND DE RAYON

- sur la semaine AVANT la TG, calculez le CA des produits qui seront mis ultérieurement en TG. Évaluez le linéaire développé de ces produits en fond de rayon
- calculer le CA/MLD des produits en fond de rayon

SUR LA TG

- en fin de période de TG, évaluez (à l'aide de votre feuille de brouillon) les volumes vendus et le CA réalisé.
- estimez en cm le MLD de la TG

4 Les résultats

Quantitatifs :

Pour évaluer la performance commerciale de la TG :

- calculer la performance des produits mis en TG en €/MLD
- calculer la performance en fond de rayon de ces mêmes produits en €/MLD
- comparer les deux ratios et concluez à la performance de la TG

Qualitatifs :

- qualitativement estimez le nombre passage devant la TG et le nb d'achat (sur une courte période)
- quelles ont été les réactions des clients ?



LES PRODUITS EN TG OU EN PODIUM (boissons BAF)					
	CA des produits en fond de rayon	MLD des produits en fond de rayon en mld		CA des produits mis en TG	MLD des produits en TG (en mld)
	175 520,00 €	53,2		39 133,92 €	5,32
	calculs effectués sur une moyenne de 4 semaine AVANT la TG			calculs effectués sur la semaine de TG	
Source	INTERNE : SIGMA TS			Estimation personnelle à partir d'un relevé personnel	
	Performance fond de rayon 3 299,25 € par mld			Performance de la TG 7 356,00 € par mld	
la TG est donc : 2,23 plus performante que le fond de rayon					

5 Analyse et préconisations

Méthodologiquement vous appliquez le modèle d'analyse 7B kepnerienne : aviez-vous mis le Bon produit au Bon endroit au bon prix en quantité suffisante avec suffisamment d'information et une implication suffisante du personnel ?

→ On peut faire des propositions sur l'amélioration des facteurs d'ambiance (ILV, annonces micros, démonstrateurs...)

→ Vous pouvez souligner le temps passé à réapprovisionner la TG (ou le podium) → le PDP des produits en TG devrait fortement diminuer.

→ Soulignez que vous avez du créer un outil de collecte des informations sur le réappro de la TG

→ On aurait pu calculer le temps passé au réappro de la TG

On aurait pu collecter le CA GLOBAL des ventes de produits mis en TG et en fond de rayon la semaine de l'animation. Par soustraction on aurait alors pu trouver le Ca du fond de rayon : nous aurions certainement pu voir que la TG « cannibalisait » des ventes sur le fond de rayon.

