

COMMENT CONCEVOIR UNE VENTE FLASH ?

1 Définir les objectifs : vous voulez mesurer QUOI ?

Par définition une **vente flash** est une vente promotionnelle dont les conditions tarifaires sont limitées dans le temps (quelques minutes, heures...) Ces ventes flash sont souvent utilisées dans la grande distribution alimentaires à l'occasion d'animations commerciales et durent que quelques minutes

Le **sentiment d'urgence** et de rareté influence l'achat de manière phénoménale et permet de fidéliser notre clientèle et de gagner de nouveaux clients

2 Préparation de la vente

- choisir le bon produit et vérifier l'état des stocks

- Fixer le montant de la réduction

- plan de masse et emplacement de la vente flash. Pensez à développer les ventes croisées en mettant en évidence d'autres produits complémentaires ou supplémentaires

- fixer une limite en temps : "50% de réduction jusqu'à ce soir minuit".--> « Happy hours » OU vous pouvez aussi envisager de fixer une limite en nombre d'exemplaires

- Communication autour de cette vente flash : ILV, réseaux sociaux (belle photo avec lien vers la promo), email, sms...en précisant le volume des stocks limité OU la date d'expiration. Je pense qu'il faut préciser le prix de base du produit (?)

- informer le personnel afin que tout le monde puisse renseigner les clients qui recherchent cette vente flash

- implanter et assurer l'animation (présence du personnel à proximité du podium pour renseigner le client et présenter les pdts complémentaires) + gestion annonces micro



3 Collecte des données

A partir du SIC ou d'un relevé de stock ou d'un relevé personnel



4 Stockage et traitement des infos sous Excel

Au niveau quantitatif

Créer un tableau reprenant les données collectées et calculez les indicateurs

Produit	Objectif (en € ou en vol)	réalisé	Ecart

Commentaires : notamment sur les ventes complémentaires

Au niveau qualitatif

- remarques des clients, analyse Facebook,

5 Analyse et préconisations

Les améliorations possibles :

- afficher le stock restant en temps réel afin de favoriser la compétition entre clients
- ou créer un GROSSE montre en carton qui indiquera le temps restant
- incorporer YOLD qui permet aux commerçants de créer des offres flash pour les clients qui se trouvent dans un périmètre proche. Elles utilisent le principe de la géolocalisation et ne sont visibles que sur mobile via l'application

