



Add Company Name

Étude de cas

Presented by: Ben Castan

Objectifs et Cibles



Objectifs

- Augmenter notre taux de transformation (le nombre de client qui achètent par rapport au nombre de client qui entrent)
- Augmenter le panier moyen (le montant de chaque ticket de caisse)
- Écouler les stocks non vendus grâce aux soldes
- Développer la notoriété de la marque
- Fidéliser les clients
- Attirer de nouveaux clients

Cibles

- Les parents ou grands-parents de jeunes enfants filles ou garçons de 2 à 8 ans
- Futurs parents, futurs grands-parents
- Famille (frères, soeurs, parrains, marraines, tontons, tatas...)
- Propriétaire de la carte fidélité

[Back to Agenda](#)

C

A

L

E

N

D

R

I

E

R

Juin

Juillet

Aout

Septembre

Octobre

Novembre

Décembre

- Lancement de la nouvelle collection d'été (promotion pour les personnes ayant la carte fidélité)

- Soldes d'été

- Remise sur les maillots de bain 2+1

- Remise sur les vêtements pour la rentrée scolaire

- Offre spécial Halloween : -10% sur les costumes

- Remise sur une selection : Black Friday

- Remise spéciale Noël sur les cadeaux de Noël

[Back to Agenda](#)

[Back to Agenda](#)



Éléments réglementaires

Respecter les règles de Merchandisage

(2 mannequins à l'entrée, préférence pour la présentation des produits en table, une présentation d'une tenue complète sur un mural)

Étiquetage

Bien mettre en évidence les étiquettes pour que l'offre soit visible de loin et utiliser les étiquettes Happy pour identifier les produits

Respecter la durée de la promotion

Bien afficher la durée pendant laquelle le produit sera en promotion

