



FICHE SAVOIR Marketing

La présentation de l'assortiment

Retrouvez toutes les fiches en intégralité avec les liens actifs



Le terme assortiment désigne l'ensemble des références proposées par un distributeur. Un fournisseur parlera de gamme de produits.

► Les techniques de présentation

La présentation de l'assortiment peut prendre de multiples formes. En grande distribution la présentation dans le linéaire est liée à la notion de *facing* ou frontale, c'est-à-dire au nombre de produits présentés, en face avant, sur un ou plusieurs niveaux.

1. Les meubles de présentation

En gondole



En meuble réfrigéré



En palette



En tête de gondole



Sur des portants



En îlot



En vrac



En display



2. Les ventes croisées ou *cross merchandising*

Le *cross merchandising* consiste à pratiquer la double implantation des produits selon la logique de consommation du client. Exemple, le jus de fruit sera implanté avec les céréales du petit déjeuner. Cette technique favorise les achats d'impulsion.

► PLV et ILV

La PLV ou Publicité sur le Lieu de Vente, et l'ILV ou Information sur le Lieu de Vente, sont des outils au service du *merchandising* et complètent efficacement les choix *merchandising* précédents.

L'ILV a une fonction de signalétique alors que la PLV a pour vocation de promouvoir l'offre.

Qu'ils s'agissent de stop rayon, de séparateurs de rayon, de *kakemonos*, de *roll up*, de guirlandes, de fronton, d'annonces sonores... Ces outils ont pour objectif de faciliter le repérage des rayons, d'améliorer la visibilité du produit, d'attirer l'attention et de favoriser l'acte d'achat.