



**Marchandisage visuel: Comment augmenter vos ventes et vos profits par un aménagement optimal de votre commerce (Collection Top Commerce t. 6)**

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

# Marchandisage visuel: Comment augmenter vos ventes et vos profits par un aménagement optimal de votre commerce (Collection Top Commerce t. 6)

*Camille D. Roberge*

**Marchandisage visuel: Comment augmenter vos ventes et vos profits par un aménagement optimal de votre commerce (Collection Top Commerce t. 6) Camille D. Roberge**

 [Télécharger Marchandisage visuel: Comment augmenter vos ventes ...pdf](#)

 [Lire en ligne Marchandisage visuel: Comment augmenter vos vent ...pdf](#)

## **Téléchargez et lisez en ligne Marchandisage visuel: Comment augmenter vos ventes et vos profits par un aménagement optimal de votre commerce (Collection Top Commerce t. 6) Camille D. Roberge**

---

Format: Ebook Kindle

Présentation de l'éditeur

Le marchandisage visuel a un objectif précis : maximiser les ventes et en conséquence augmenter les profits. L'auteur vous guide étape par étape dans l'identification des meilleures stratégies pour effectuer un marchandisage qui vend !

### **BIOGRAPHIE DE L'AUTEUR**

Depuis plus de 25 ans, monsieur Camille D. Roberge a analysé et revu l'aménagement de plus de 1 500 commerces autant chez les propriétaires indépendants que pour les chaînes nationales. Ses interventions ont permis d'augmenter les ventes en moyenne de 5 à 31%. Conférencier émérite et formateur de grand calibre, il a animé plus de 2 000 ateliers et conférences autant au Canada qu'aux États-Unis pour plus de 350 000 personnes.

Aujourd'hui, c'est son expertise de pointe qu'il vous offre.

### **CONTENU DU LIVRE**

#### **CHAPITRE 1 - LA MISSION DU COMMERCE**

Vous verrez comment les jeux du cerveau influencent le processus d'achat et jusqu'à quel point les consommateurs fonctionnent à partir d'une mémoire émotive excessivement sensible basée sur les expériences personnelles. Vous serez en mesure de mieux définir non seulement les besoins, mais les pensées et les émotions qui les animent. À partir de cette exploration, pourrez mieux cerner les motivations d'achats de vos clients et organiser le marchandisage en fonction de votre clientèle.

#### **CHAPITRE 2 - L'IMPORTANCE DE LA VUE**

La vue est responsable de 90% des impulsions des consommateurs; donc, à chaque fois que vous placerez un produit, où que ce soit dans un commerce, vous devrez vous poser une seule question : les clients le voient-ils bien ?

#### **CHAPITRE 3 - LES NIVEAUX DE VENTE**

On reconnaît normalement trois niveaux de ventes : celui des yeux, celui des mains et celui des genoux. Ces trois hauteurs ont chacune leur importance, la plus forte étant évidemment celle située au niveau des yeux. Les changements de niveaux auront un impact certain sur la visibilité des produits, par conséquent sur l'accroissement ou la diminution des ventes.

#### **CHAPITRE 4 - DES ÉTALAGES DYNAMIQUES**

Vous verrez quelques modèles d'étalages qui seront très prometteurs en termes de ventes. Ils ont tous été expérimentés et, selon les familles de produits dont vous ferez la promotion, ils apporteront des résultats certains.

#### **CHAPITRE 5 - DÉMARCHE DES ÊTRES HUMAINS**

Vous réaliserez que les gens circulent seulement sur une petite partie de la surface de vente. Cependant, étant donné que le loyer et l'entretien de la totalité de la surface est le même, il est souhaitable que tous les mètres carrés soient aussi rentables les uns que les autres. Vous verrez qu'il y a moyen de planifier l'agencement d'un commerce de manière à ce que toute la surface soit parcourue par la majorité des consommateurs.

#### **CHAPITRE 6 - L'AMÉNAGEMENT**

Qui dit aménagement dit agencement du mobilier, décoration, éclairage, musique, couleurs, étalages et en un mot l'ambiance de magasinage. Ce chapitre est consacré à la partie physique des lieux.

## CHAPITRE 7 - LES VITRINES

La vitrine a toujours eu pour objectif de faire entrer les clients parce qu'ils ont été frappés par ce qu'ils ont vu. Il y a certaines distinctions à apporter selon que votre commerce est situé à une certaine distance d'une artère commerciale ou qu'il soit situé sur une artère commerciale ou dans un centre commercial. Ce chapitre présente quelques consignes à suivre pour faire des vitrines séduisantes.

## CHAPITRE 8 - LA FINITION

La finition est faite de toutes ces petites choses qui font que chaque coin d'un commerce, chaque rayon, chaque tablette, chaque bout d'îlot sera un chef-d'oeuvre en soi. Vous verrez comment la finition qui est faite de petits détails tels des fleurs, des ballons, des pièces décoratives, des affiches, la lumière, peut rendre l'ambiance de magasinage plus agréable et faire sonner la caisse.

Présentation de l'éditeur

Le merchandising visuel a un objectif précis : maximiser les ventes et en conséquence augmenter les profits. L'auteur vous guide étape par étape dans l'identification des meilleures stratégies pour effectuer un merchandising qui vend !

## BIOGRAPHIE DE L'AUTEUR

Depuis plus de 25 ans, monsieur Camille D. Roberge a analysé et revu l'aménagement de plus de 1 500 commerces autant chez les propriétaires indépendants que pour les chaînes nationales. Ses interventions ont permis d'augmenter les ventes en moyenne de 5 à 31%. Conférencier émérite et formateur de grand calibre, il a animé plus de 2 000 ateliers et conférences autant au Canada qu'aux États-Unis pour plus de 350 000 personnes.

Aujourd'hui, c'est son expertise de pointe qu'il vous offre.

## CONTENU DU LIVRE

### CHAPITRE 1 - LA MISSION DU COMMERCE

Vous verrez comment les jeux du cerveau influencent le processus d'achat et jusqu'à quel point les consommateurs fonctionnent à partir d'une mémoire émotive excessivement sensible basée sur les expériences personnelles. Vous serez en mesure de mieux définir non seulement les besoins, mais les pensées et les émotions qui les animent. À partir de cette exploration, pourrez mieux cerner les motivations d'achats de vos clients et organiser le merchandising en fonction de votre clientèle.

### CHAPITRE 2 - L'IMPORTANCE DE LA VUE

La vue est responsable de 90% des impulsions des consommateurs; donc, à chaque fois que vous placerez un produit, où que ce soit dans un commerce, vous devrez vous poser une seule question : les clients le voient-ils bien ?

### CHAPITRE 3 - LES NIVEAUX DE VENTE

On reconnaît normalement trois niveaux de ventes : celui des yeux, celui des mains et celui des genoux. Ces trois hauteurs ont chacune leur importance, la plus forte étant évidemment celle située au niveau des yeux. Les changements de niveaux auront un impact certain sur la visibilité des produits, par conséquent sur l'accroissement ou la diminution des ventes.

### CHAPITRE 4 - DES ÉTALAGES DYNAMIQUES

Vous verrez quelques modèles d'étalages qui seront très prometteurs en termes de ventes. Ils ont tous été

expérimentés et, selon les familles de produits dont vous ferez la promotion, ils apporteront des résultats certains.

#### CHAPITRE 5 - DÉMARCHE DES ÊTRES HUMAINS

Vous réaliserez que les gens circulent seulement sur une petite partie de la surface de vente. Cependant, étant donné que le loyer et l'entretien de la totalité de la surface est le même, il est souhaitable que tous les mètres carrés soient aussi rentables les uns que les autres. Vous verrez qu'il y a moyen de planifier l'agencement d'un commerce de manière à ce que toute la surface soit parcourue par la majorité des consommateurs.

#### CHAPITRE 6 - L'AMÉNAGEMENT

Qui dit aménagement dit agencement du mobilier, décoration, éclairage, musique, couleurs, étalages et en un mot l'ambiance de magasinage. Ce chapitre est consacré à la partie physique des lieux.

#### CHAPITRE 7 - LES VITRINES

La vitrine a toujours eu pour objectif de faire entrer les clients parce qu'ils ont été frappés par ce qu'ils ont vu. Il y a certaines distinctions à apporter selon que votre commerce est situé à une certaine distance d'une artère commerciale ou qu'il soit situé sur une artère commerciale ou dans un centre commercial. Ce chapitre présente quelques consignes à suivre pour faire des vitrines séduisantes.

#### CHAPITRE 8 - LA FINITION

La finition est faite de toutes ces petites choses qui font que chaque coin d'un commerce, chaque rayon, chaque tablette, chaque bout d'îlot sera un chef-d'oeuvre en soi. Vous verrez comment la finition qui est faite de petits détails tels des fleurs, des ballons, des pièces décoratives, des affiches, la lumière, peut rendre l'ambiance de magasinage plus agréable et faire sonner la caisse.

Download and Read Online Marchandisage visuel: Comment augmenter vos ventes et vos profits par un aménagement optimal de votre commerce (Collection Top Commerce t. 6) Camille D. Roberge  
#68R7B1OUGKN

Lire Marchandisage visuel: Comment augmenter vos ventes et vos profits par un aménagement optimal de votre commerce (Collection Top Commerce t. 6) par Camille D. Roberge pour ebook en ligne  
Marchandisage visuel: Comment augmenter vos ventes et vos profits par un aménagement optimal de votre commerce (Collection Top Commerce t. 6) par Camille D. Roberge Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres  
Marchandisage visuel: Comment augmenter vos ventes et vos profits par un aménagement optimal de votre commerce (Collection Top Commerce t. 6) par Camille D. Roberge à lire en ligne.  
Online Marchandisage visuel: Comment augmenter vos ventes et vos profits par un aménagement optimal de votre commerce (Collection Top Commerce t. 6) par Camille D. Roberge ebook  
Téléchargement PDF  
Marchandisage visuel: Comment augmenter vos ventes et vos profits par un aménagement optimal de votre commerce (Collection Top Commerce t. 6) par Camille D. Roberge  
Doc  
Marchandisage visuel: Comment augmenter vos ventes et vos profits par un aménagement optimal de votre commerce (Collection Top Commerce t. 6) par Camille D. Roberge  
Mobipocket  
Marchandisage visuel: Comment augmenter vos ventes et vos profits par un aménagement optimal de votre commerce (Collection Top Commerce t. 6) par Camille D. Roberge  
EPub

**68R7B1OUGKN68R7B1OUGKN68R7B1OUGKN**