

# COMMENT ANALYSER LES CLES D'ENTREE DANS LE RAYON?

## 1 définir les objectifs : vous voulez mesurer QUOI ?

Nous voulons déterminer les clés d'entrée dans le rayon afin de vérifier si l'agencement du rayon correspond bien au comportement de la clientèle LOCALE. En effet ces clés sont déterminées par le réseau et trouvent leur application au sein des plan de merch imposés par le réseau

→ définir LES CRITERES D'ACHAT en les HIERARCHISANT

## 2 Le plan du rayon

- choisir une famille de produit avec votre tutrice (chemises par exemple)

- se procurer le plan d'implantation actuel

- Définir les clés d'entrée et leur hiérarchie. Par exemple :

**Critère n°1** : chemise SPORT / chemise VILLE

**Critère n° 2** chemise UNIE / chemise RAYEE

**Critère n° 3** chemise MANCHE LONGUE / chemise MANCHE COURTE



La construction de ce linéaire est-elle pertinente à Montauban ?

## 3 Collecte des informations

- concevoir un questionnaire : « .....lorsque vous recherchez une chemise, quel est le premier critère de votre choix ---(question fermée choix unique)

« .....quels sont les autres critères « (question fermée ordonnées)

.....

« Si nous devons refaire le linéaire afin de faciliter votre recherche de chemise, que devrions nous améliorer ? » Question ouverte dans un premier temps afin de recueillir un 60 ene de réponses des clients. Puis au-delà question fermée à choix multiple

Autres questions signalétiques

## 4 Stockage et traitement des informations

Sous sphinx ou sous Excel



## 5 Analyse des résultats

→ Identifier les principales clés d'entrées

→ Hiérarchiser

## 6 Préconisation pour l'avenir

→ Proposer une nouvelle structure de l'implantation Par exemple :



C'est la logique d'achat du consommateur local qui devrait guider la décision car chaque clé d'entrée correspond à un besoin élémentaire pour le client

**C'est LA LOGIQUE D'ACHAT DU CONSOMMATEUR qui doit guider votre décision**

Il faut ensuite afficher les clés d'entrée dans le rayon par une signalétique ou par des « marque-rayon » (Voir Intersport)

## 7 limites

Certains réseaux accepteront les modifications (Décathlon, Mr Bricolage.....) d'autres refuseront !

