



Mise en place d'une zone dédiée pour le stickage

| Descriptif de l'action | Complexité de mise en œuvre | Potentiel de réduction du GA | Rentabilité |
|---|-----------------------------|------------------------------|-------------|
| <p>Afin d'augmenter les ventes de produits en promotion et réduire à la source les pertes, la mise en place d'une zone dédiée pour le stickage nécessite d' :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier une zone de trafic dans le magasin • Théâtraliser cette zone • Gérer cette zone au quotidien | Moyen | + | + |

Retour d'expérience :

La mise en place d'une zone dédiée a été assurée dans un magasin historiquement sensible à la lutte contre le gaspillage alimentaire. De plus, son environnement rural rend les partenariats locaux difficiles d'où la nécessité de mettre en place des actions internes.

« Cette action facilite l'identification des dates courtes par les clients en quête de promotions ou bien sensibles au gaspillage alimentaire. », affirme un directeur.

Chiffres clés :

+ 20%
du taux de
vente

La mise en place d'une zone dédiée pour les offres promotionnelles contribue à augmenter les ventes par rapport à une situation sans zone dédiée au stickage tout en apportant des résultats satisfaisants dans la lutte contre le gaspillage alimentaire.

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION



Modalités de mise en œuvre :

Les produits stickés ne sont pas toujours trouvés dans les rayons et les clients n'ont pas forcément le réflexe de rechercher les promotions dans tous les rayons. Cela impacte le GA du magasin car les produits stickés arrivant en dates courtes sont finalement jetés. La première étape consiste à identifier une zone dans le magasin qui va générer du trafic. Cette zone est habillée et organisée avec de la PLV (Publicité sur Lieu de Vente) et elle permet de regrouper l'ensemble des produits stickés pour faciliter l'identification du client : poulet, yaourt... Cette action a clairement un impact fort sur le taux de vente des produits stickés permettant de réduire proportionnellement le GA et renforcer l'image promotionnelle du magasin.



Points de vigilance :

Le risque de la zone promotionnelle est qu'elle peut générer de la cannibalisation. Les clients risquent de se rendre uniquement dans cette zone et de ne plus passer par les autres rayons. Certains clients pourraient également ne pas avoir une idée précise de ce qu'ils veulent consommer mais uniquement acheter des produits en promotion. Puisque tous les produits stickés sont mélangés et manipulés par les clients, il est difficile de maintenir cette zone propre et ordonnée. De même, quand les produits sont tous vendus, cette zone est vide et donne une image négative aux clients. Une des solutions à adopter est de réalimenter la zone au fur et à mesure dans la journée.



Ressources utiles :

- Une zone dédiée aux offres promotionnelles
- [Calculer votre coût complet du GA](#)
- Les magasins qui l'ont fait ! **8** **9**

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION