



EURO PV MAGAZINE Janvier 2008 N° 193

Caisses de sortie Du nouveau chez Monoprix



L'un des points stratégiques des super et hypermarchés est sans conteste la caisse de sortie. L'on y trouve de nombreux matériels de PLV qui proposent produits divers, confiserie à portée des mains des enfants, magazines de télévision ou de voyages. L'attente étant souvent longue, les consommateurs en position captive ont du temps pour prendre en main et acheter.

Cette grande enseigne a demandé à la société Pilotes PLV de lui créer un matériel de "service" répondant à de multiples objectifs et à des contraintes considérables :

- gagner du linéaire produit sans prendre de place supplémentaire au sol,
- augmenter le chiffre d'affaires,
- augmenter l'offre produits dans le meuble en proposant par exemple des cartes téléphoniques, des cartes cadeaux...
- avoir une uniformisation du mobilier avec possibilité d'adaptation des dimensions à chaque caisse,
- apporter un service supplémentaire au consommateur,
- changer le look (design, couleur, matériaux) traditionnellement mis en œuvre pour ce type de mobilier tout en évitant le "déjà vu, déjà fait" mais en créant l'évènement.

Pari gagné avec la création d'une petite tablette permettant de décharger sa marchandise sur le tapis avec 40 % de surface d'exposition en mètres linéaires développé sur le même espace. Depuis la mise en place de ce mobilier, le CA est en constante augmentation.

Pour des économies d'énergie

Le marché des énergies renouvelables est en pleine effervescence dans un contexte d'économie d'énergie, de respect de l'environnement et de la recherche de nouvelles sources de production non polluantes et peu chères.

Le solaire est de plus en plus en pointe dans ce secteur. Solerion, la marque leader du Groupe Atlantic se lance à la conquête de ce marché potentiel avec un ballon solaire. Le matériel de mise en avant est composé d'un vrai panneau solaire et du ballon d'eau.

Véritable outil pédagogique, il montre le produit réel et donne les informations nécessaires par la mise à disposition d'une affiche et d'un porte documentation. C'est un choix voulu par la marque dans un souci de communiquer clairement, efficacement, simplement sans risque de confusion par les professionnels du chauffage ou ce matériel est mis en place.

Ça déménage chez PILOTES PLV...

11 ans déjà ! A cette occasion, PILOTES PLV a fêté l'inauguration de son bâtiment neuf de 600 m² situé dans le parc d'activités des Moulins à Wambrechies, au Nord-Ouest de Lille. Il permettra plus d'aisance pour les collaborateurs et un accès plus facile pour mieux accueillir ses clients, pour la plupart Parisiens et Belges. Merci le TGV !

"Notre volonté était de nous faire une petite place sur ce marché très concurrentiel et de trouver des clients prêts à se laisser séduire par une PME familiale, motivée et innovante, précise Charlotte Dedeine, la directrice générale. PILOTES PLV, c'est aujourd'hui 15 collaborateurs, "PLVistes" confirmés et polyvalents, qui connaissent bien la chaîne du processus d'élaboration d'une PLV. Nous avons toujours le souci de satisfaire nos clients au mieux, et de prendre plaisir à ce que l'on fait, en toute autonomie et indépendance".

Et du plaisir, il y en avait lors de cette belle inauguration !



Pilotes PLV : 03 20 78 69 61
contact@pilotesplv.fr



A votre santé

Rares sont les malts à posséder une palette aromatique et gustative aussi intense et nuancée que ceux de Moët Hennessy Diageo. Ce sommelier, réinventé pour être mieux en harmonie avec son époque, invite à une conversation sur les malts avec l'un des experts du réseau CHR toujours prêts à partager leur passion.

Il est réalisé à base de matériaux nobles, bois massif rare (Koto), PMMA Glass Look. Sa forme originale et dynamique, son style valorisent l'authenticité et la qualité haut de gamme de ce matériel tout en ajoutant une touche moderne, mieux en phase avec son temps. Conception : Pilotes PLV

Créer sa chaîne de TV

KEWEGO lance le pack TV 2.0 : une solution clé en main permettant à toutes les entreprises de créer leur propre chaîne de TV pour dynamiser leur communication. Cette chaîne peut être diffusée, selon les besoins et objectifs de l'entreprise, dans ses locaux ou sur ses lieux de vente sur des écrans plats. L'entreprise diffuse l'information de son choix - chiffres clés, interviews, informations produits, événements... - quel que soit son format : vidéo, power point, texte, image...

Pour en savoir plus : <http://screen.kewego.fr>

Le couponning selon Ticket.com

Outil de communication promotionnelle, le couponning connaît depuis 4 ans une progression exceptionnelle de plus de 400 %.

- 87 % des foyers français fréquentent hebdomadairement une grande ou une moyenne surface,
- 74 % des consommateurs utilisent les promotions au dos des tickets de caisse,
- 90 % des consommateurs prennent connaissance de la publicité au verso des tickets de caisse,
- 70 % des annonceurs Ticket Com réutilisent ce support après une première utilisation,
- Le couponning permet un taux de reprise en main de 100 %.

source Ticket.com