

Chapitre 5 – Corrigé de la question 10

Les nouveaux arguments de vente à destination des chefs de rayon/département pourraient être :

Pour le kit Pure Skin

Caractéristiques	Avantages	Preuves
Le volume des ventes dégagé dans les points de vente similaires	Savoir que le kit se vend dans les magasins concurrents peut susciter de l'intérêt pour son référencement	52 kits vendus dans le Cora Housen
Le dynamisme du rayon Hygiène Beauté dans les magasins référençant déjà le kit	Référencer le kit peut être une source de profitabilité	Les enseignes Système U et Intermarché ont une part du CA HB dans le CA total inférieure à la moyenne (5 %), contrairement aux autres enseignes
L'avis positif des utilisateurs du kit	Si certains clients sont déjà conquis par le kit, les suivants devraient aussi l'être	Les blogueuses « beautylicieuses » et un site comparatif électrobeauté

Pour la marque Nivea

Caractéristiques	Avantages	Preuves
La proximité avec le shopper	Permettre de répondre à ses besoins	Grâce notamment au programme « Nivea loves you »
L'offre de merchandising	Proposer une réimplantation du rayon afin de dynamiser les ventes du rayon Hygiène Beauté	Un planogramme