



RELEVÉ DE FACING DE RAYONS SOFTS ET ALCOOLS

Étude de cas : Merchandising – Études marketing en magasin

Pour accompagner un grand producteur de boissons dans sa stratégie de développement en France, le leader des études marketing souhaitait disposer de relevés terrain sur le taux de présence des marques dans les rayons softs et alcools

RELEVÉ DE FACING DE RAYONS SOFTS ET ALCOOLS

Étude de cas : Merchandising – Études marketing en magasin

Un groupe spécialisé dans les études marketing sur le terrain, devait établir pour un de ses clients le bilan de présence de ses marques, ainsi que celles de ses concurrents, au sein de différents points de vente en France.

BESOINS

Le cabinet d'études marketing devait fournir à un grand groupe producteur et distributeur de boissons des données clés pour agir dans un marché très concurrentiel :

- **Interventions terrain dans plus de 300 hypermarchés et supermarchés** en France
- **Prestations à réaliser sur 2 mois** (octobre et novembre) pendant les horaires d'ouverture
- **Relevés de facing** des rayons softs et alcools
- **Audit de conformité des prix** négociés avec chaque enseigne
- **Tracking des ruptures en linéaire**

SOLUTION

Pour mener à bien ce projet conformément au cahier des charges du client, RGIS a :

- **Mobilisé 8 enquêteurs** professionnels pendant 8 semaines
- **Planifié entre 35 et 40 relevés de facing** par semaine
- **Réalisé différents relevés en linéaire** dans les rayons softs et alcools : dimensions et type de mobilier, localisation dans le magasin, scan de chaque catégorie de produit, relevé du nombre de facing par article et calcul du facing maximal par emplacement
- **Effectué les audits de prix et le tracking des ruptures** en simultanée
- **Inventorié les vitrines à boissons réfrigérées** présentes dans chaque point de vente (quantité, marque et nombre de portes)

RÉSULTATS

Les relevés terrain réalisés par RGIS ont permis au cabinet d'études marketing et à son client :

- **D'obtenir plus de 300 relevés de facing**, soit 234 351 mètres linéaires, **en 2 mois**
- **De comprendre comment les produits du producteur (softs et alcools) étaient présents** dans les linéaires
- **De comparer la PDM facing** vis-à-vis de la concurrence et de mesurer l'évolution de la PDM d'une année sur l'autre
- **De calculer la capacité de stockage maximale** (en hauteur et profondeur) par emplacement
- **De vérifier que les recommandations merchandising (planogrammes) et les prix négociés avec les enseignes** soient bien respectés
- **D'évaluer le taux de rupture des produits** en rayon



L'intervention sur-mesure de RGIS a permis au client du cabinet d'études marketing d'**obtenir dans un délai très court un bilan précis** de sa présence et de celle de ses concurrents dans les différents points de vente, de constater ses parts de linéaires sous exploités, de vérifier le respect des accords commerciaux négociés avec les magasins (implantation et prix), et de mieux négocier les emplacements de ses produits



© 2022 RGIS. Tous droits réservés.
RGIS_CS_0302_01

Équipe expérimentée



Prestation sur-mesure



Respect des délais



Fiabilité des données



CONTACTEZ RGIS DÈS AUJOURD'HUI ET DÉCOUVREZ COMMENT NOUS POUVONS VOUS AIDER

✉ merchandising@rgis.com ☎ [06.47.41.90.21](tel:06.47.41.90.21) ⓘ www.rgis-merchsolutions.fr

