Points de Vente

PDV

HARTMANN

www.hartmann-france.fr

Points de Vente

PDV

Exploitez le potentiel de vos linéaires

Utilisez nos services afin d'augmenter votre CA sur les œufs

HARTMANN

Points de Vente

Nous développons des concepts innovants

Nous développons des gammes d'emballages et des solutions merchandising adaptées à vos besoins.

Après avoir analysé la situation, nous travaillons sur des recommandations et vous soumettons des propositions.

Nous exploitons les nouvelles tendances du marché de l'œuf et imaginons des solutions innovantes.

Profitez de notre savoir-faire international.

Comment vous aidons nous à optimiser votre offre en rayon ?

Nous utilisons les nouvelles techniques d'animation 3D afin de mettre en valeur l'implantation des oeufs dans les magasins.

Nous étudions le parcours des clients en magasin ainsi que les zones propices aux achats d'impulsion.

Tous les éléments sont déterminants dans la décision d'achat.

Nos objectifs :

- *valoriser le marché*
- *rendre le rayon oeufs plus lisible*
- *accroître la rentabilité du rayon*
- *stimuler les ventes*

Le Point de Vente met en avant votre performance et votre qualité

Points de Vente

Nous vous fournissons de la valeur ajoutée

La première impression que l'on a de l'emballage et de la présentation d'un produit est déterminante.

Le consommateur recherche la sécurité dans le choix du produit et dans sa présentation. Un rayon propre et bien agencé est un signe de fraîcheur; il donne confiance et attire l'œil.

Aidez le consommateur à se repérer rapidement et facilement grâce à :

- *une disposition claire et bien structurée*
- *un assortiment varié*
- *une segmentation à travers différents types d'emballages*
- *des couleurs attirantes*

Une signalisation percutante indique le chemin qui conduit au rayon oeufs.

L'œuf, produit à fortes rotations, générateur de chiffre d'affaires, a besoin de facteurs d'ambiance.

Balisez clairement le rayon et les produits :

- *Panneau suspendu*
- *Adhésifs de sol*
- *Stop Rayon et kakémonos*

55% des décisions d'achat sont prises dans le Point de Vente*

* EHI Eurohandelsinstitut stores+shops 3/2004