

BRISTON

RECOMMANDATION MERCHANDISING

OBJECTIF

BRISTON propose une variété de présentoirs élégants et pratiques dans un esprit moderne et lifestyle.

Motivés par la volonté de répondre au plus près des exigences de nos clients désirants un support plus chaleureux afin de présenter les montres BRISTON, nous avons créé ces nouveaux présentoirs fabriqués en bois avec des détails blanc mat.

Chaque détail a été minutieusement pensé et conçu avec le même soin apporté à la conception des montres BRISTON.

Le point de vente est le point de contact le plus proche du client final, nous ne faisons pas que vendre, nous créons également à travers les présentoirs :

- Visibilité
- Connaissance
- Respectabilité
- Crédibilité
- Désirabilité



L'IMAGE DE MARQUE SUR LE POINT DE VENTE ET LA VALEUR AJOUTEE DU PROCESSUS DE VENTE

« 70% de la décision d'achat se fait en magasin »

→ La vente peut être perdue si le client a un mauvais ressenti sur le produit en vitrine !

« 28% des clients vont en magasin sans avoir décidé quelle marque ils vont acheter »

→ Nous pouvons gagner des ventes avec ces clients grâce à un merchandising attractif !

L'IMAGE DE MARQUE SUR LE POINT DE VENTE ET LA VALEUR AJOUTEE DU PROCESSUS DE VENTE

La FORME est tout autant aussi importante que le FOND !



L'IMAGE DE MARQUE SUR LE POINT DE VENTE ET LA VALEUR AJOUTEE DU PROCESSUS DE VENTE

Comment influer sur ce processus de décision :

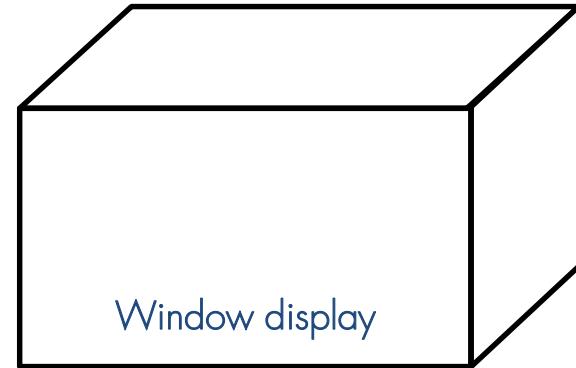
- Prendre soin de notre image grâce à un merchandising attractif
- Prendre soin des équipes de vente grâce à des formations impliquantes
- Prendre soin de nos produits grâce à des displays appropriés

COMMENT EXPOSER BRISTON

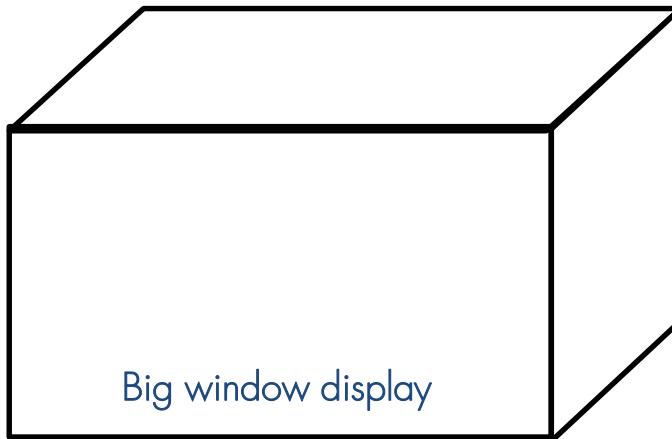
UTILISER LE PRESENTOIR CORRESPONDANT LE MIEUX A LA VITRINE



Counter display



Window display



Big window display

BRISTON 

GROUPER LES MONTRES PAR FAMILLE



- Il est important de grouper les montres par famille afin de donner une bonne visibilité et une lecture facilitée des montres BRISTON
- Dans chaque famille, merci de les rassembler par univers/matières (Timeless, Icons, Trendsetters, acetate, PVD, ...)
- Positionner les montres plus petites sur le devant et les plus grosses en arrière (sauf « points chauds »)

Usage interne uniquement

- Positionner les Montres avec la couronne vers le haut quand elles sont à l'horizontal
- Utiliser les toboggans et plots pour créer des hauteurs différentes

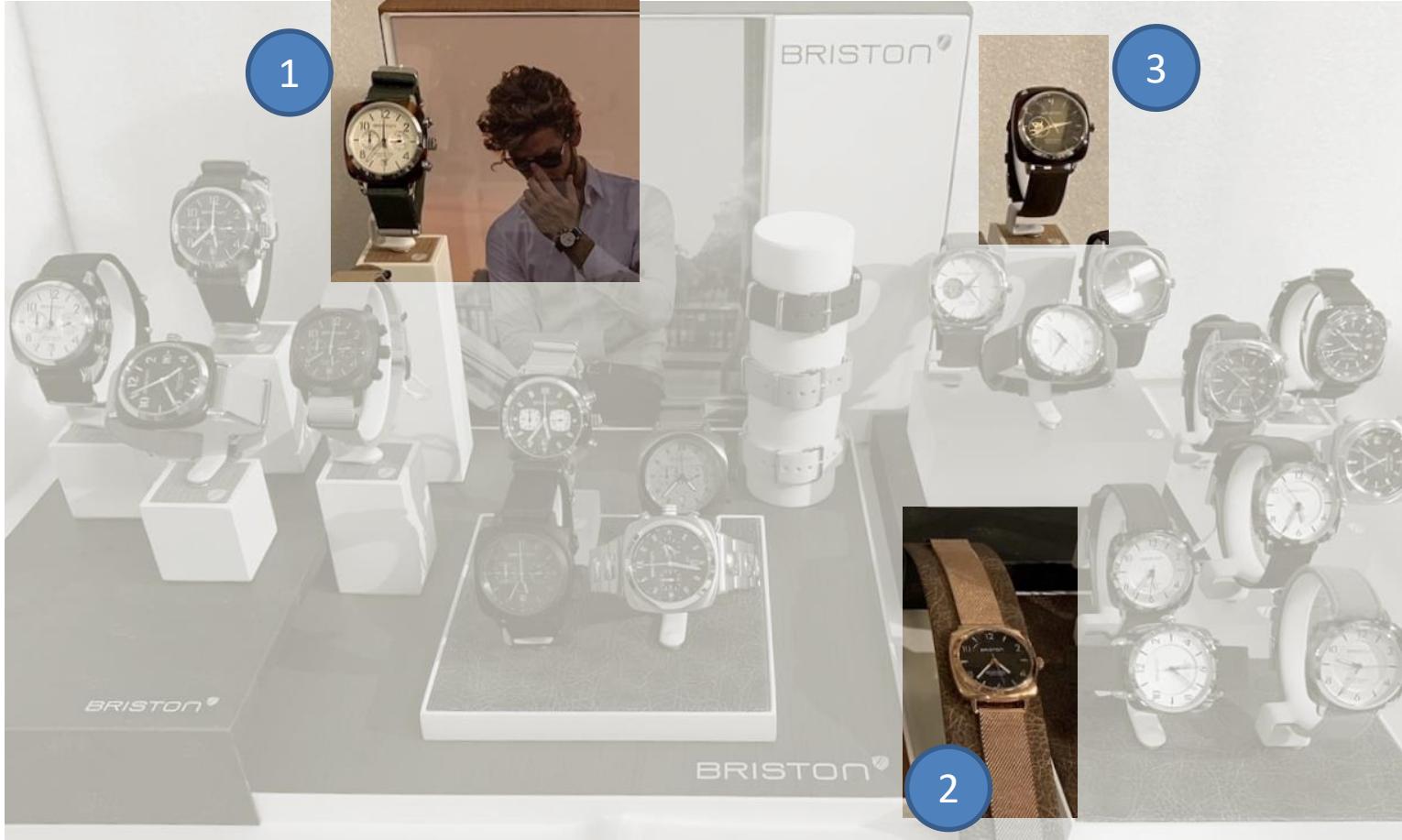
BRISTON

UTILISER LES LIGNES DE CONVERGENCE



- Il est important pour le client d'avoir une lecture claire du présentoir afin qu'il soit attrant et d'orienter l'oeil vers des "points chauds"
- Utiliser les lignes de convergence (comme en peinture) en installant les montres en pyramide
- Utiliser les toboggans et plots pour créer des hauteurs différentes

UTILISER LES “POINTS CHAUDS”



- UTILISER LES “POINTS CHAUDS” POUR METTRE EN AVANT :

- 1) Les produits en rapport avec le visuel de dos de présentoir
- 2) Les accessoires
- 3) Les nouveautés

BRISTON 

PRESENTATIONS ALTERNATIVES

Certaines vitrines ne permettent pas d'accueillir de présentoirs à cause du manque d'espace ou du type de points de vente (e.g. vitrine trop basse ou concept store)

Dans ce cas vous pouvez, par exemple, présenter les montres en ligne comme ci-dessous :



BONNES PRATIQUES

- Pousser et argumenter afin d'installer BRISTON dans un environnement de marque concurrentiel propice (même univers et positionnement) et dans les meilleurs espaces dans les boutiques (visibilité et trafic).
- Utiliser toujours l'identité de marque officielle (« BRISTON » écrit + logo) et la PLV actuelle
- Tous les points de vente doivent avoir la même image et les mêmes PLV
- Installer un minimum de 15 à 35 montres par vitrine selon l'espace disponible et présentoir utilisé (ce qui n'est pas vu n'est pas vendu ...)
- Etre sûr que le TOP 10 des ventes soit en vitrine (ventes faciles !)
- Pour les e-shop, porter la même attention que le site officiel BRISTON sur la qualité et la représentativité de la marque (logo, charte graphique, photos HD, ...)

COMMENT NE PAS PRESENTER BRISTON

OBJECTIF

Les exemples suivant peuvent paraître évidents;
cependant si ils sont montrés c'est qu'ils ont déjà été vus en boutique ...

- Ne pas installer horizontalement une montre sur un plot haut (risque de chute et visuellement peu qualitatif), utiliser un petit plot.



BRISTON 

- Ne pas utiliser les écrins pour présenter les montres



- Retirer les NATO de leur plastique et les installer sur le cylindre



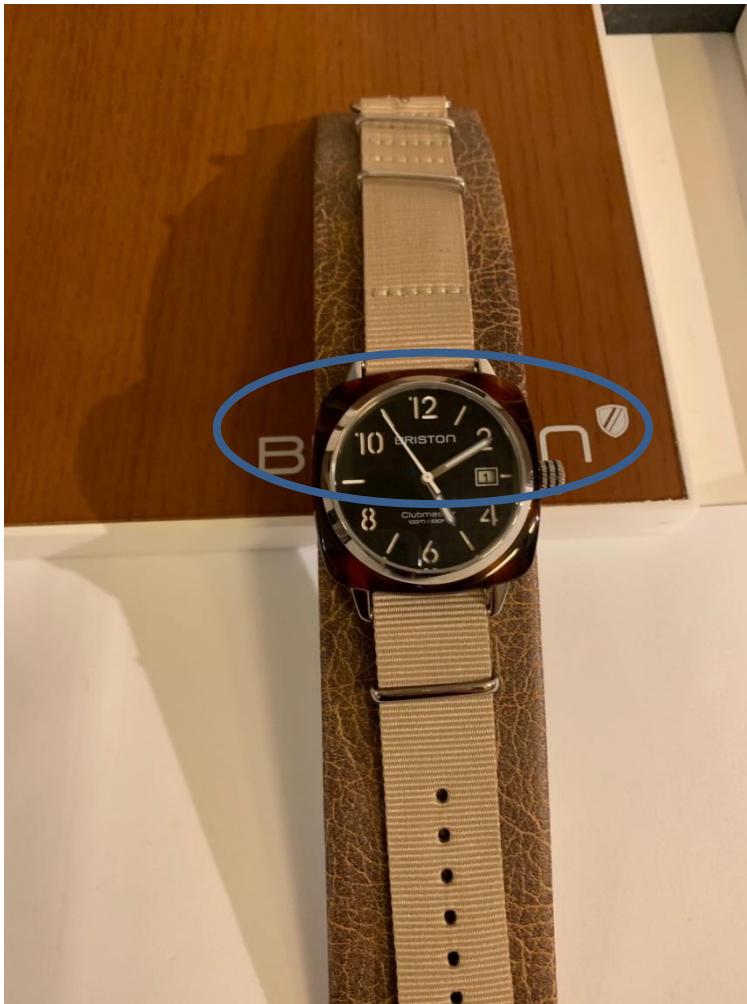
- Cacher l'étiquette



- Positionner les montres droites



- Veiller à ne pas cacher le logo sur les PLV



- Veiller à remettre le chronographe en position « 0 »



Usage interne uniquement

BRISTON 

- Veiller à la correspondance de métal entre bracelet et tête de montre



Or Rose ≠ Or Jaune

Acier ≠ Or Rose

- Veiller au sens de montage du bracelet (boucle toujours en haut)



BRISTON

- Eviter les associations "exotiques" de bracelets



ANIMATIONS BOUTIQUES

ANIMATIONS BOUTIQUES

Afin d'avoir à travers le monde une image consistante, pertinente et percutante, merci d'utiliser uniquement les visuels suivants lorsque vous mettez en place une animation boutique (pop up, vitrine, outdoors,....)

Nous mettrons à jours les visuels tous les ans et vous enverrons la mise à jour.

Tous les contenus sont disponibles sur notre Intranet.

ANIMATIONS BOUTIQUES – PROPOSITIONS VERTICALES



Usage interne uniquement

BRISTON

ANIMATIONS BOUTIQUES – PROPOSITIONS HORIZONTALES



**MERCI POUR VOTRE
ATTENTION**