

# Préparer le magasinage de demain grâce à la conception novatrice de magasin de détail



# Meilleure expérience en magasin...

Commerce expérientiel, concept innovant de boutiques éphémères (pop-ups shops)

- Communiquer la marque aux consommateurs de manière plus engageante
- Renforcer la fidélité à la marque de façon mémorable

## Le commerce réinventé pour la ville

- Ouvrir de nouveaux marchés en faisant découvrir les marques à de nouveaux consommateurs
- S'éloigner du modèle de vente traditionnel et élargir la portée de la marque

## Design pour les points de vente

- Accompagner et créer un lien avec les consommateurs à travers l'espace de vente
- Offrir aux clients plus de commodité et une meilleure expérience d'achat



# Commerce expérientiel



# La valeur du commerce expérientiel



## Stimulation des sens

Se **connecter** avec le consommateur par un ou plusieurs de ses sens: la vue, l'odorat, le toucher, l'ouïe, le goût. Favorise une **expérience mémorable**.



## Élément de surprise

L'**implantation** de points de vente dans des lieux **non traditionnels** suscite la curiosité et incite le consommateur à **explorer**, s'inspirer et essayer de nouveaux produits.



## Avantages offerts en magasin

Une **activation** exclusive **en magasin** favorise le trafic en point de vente et permet des **démonstrations de produits accompagnées d'interactions mémorables** avec la marque.





# Commerce expérientiel



## Bornes de test produit – Engager les sens du consommateur

**Se connecter** avec le consommateur par un ou plusieurs de ses sens: la vue, l'odorat, le toucher, l'ouïe, le goût. Favorise une expérience mémorable.

Cela représente également une source de **revenus potentielle** pour les détaillants, **en proposant aux marques de louer des espaces** dédiés aux initiatives d'échantillonnage.

Cette stratégie permet aussi de valoriser les **marques privées** grâce à un **placement croisé** dans l'espace de vente.



# Commerce expérientiel



## Effet de surprise – Boutiques éphémères

Un **choc positif** offre une **expérience unique** en présentant la marque dans un environnement non traditionnel, suscitant ainsi la curiosité.

Un **emplacement** à proximité d'une autre **marque de prestige** peut renforcer la **perception de qualité** d'une autre marque premium.

La faible **hauteur des présentoirs** et l'**ouverture de l'espace** favorisent l'**interaction directe des clients** avec le produit.





# Commerce expérientiel

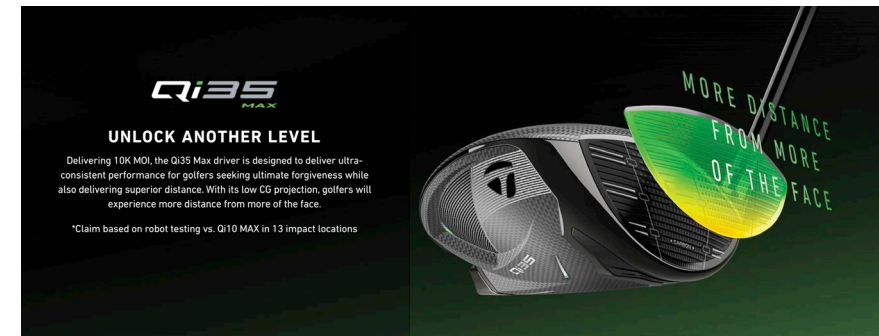


## Avantages offerts en magasin

Les concours avec **activation exclusive en magasin** peuvent stimuler le **trafic** et encourager les démonstrations de produits accompagnées d'**interactions mémorables avec la marque**.

**Mobiliser le personnel en magasin** permet de créer une vraie **énergie** autour de l'événement.

Établir un **lien clair** avec le **message marketing**.



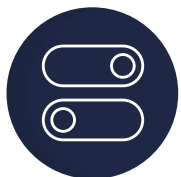


# Le commerce réinventé pour la ville





# Réutilisation des espaces commerciaux urbains FWD au Stackt Market



## Environnements adaptatifs

Les **présentoirs modulaires** peuvent transformer un espace en un environnement **multifonctionnel**.



## Des échanges clients multifacettes

Un **espace agile** offre la possibilité **d'étendre l'engagement des consommateurs** grâce à des **événements sociaux** et à la **sensibilisation communautaire**.

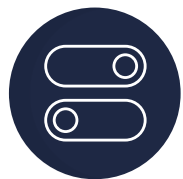


## Offres exclusives

Des offres de produits **exclusives** peuvent augmenter le trafic en magasin et renforcer le sentiment d'appartenance à la marque.



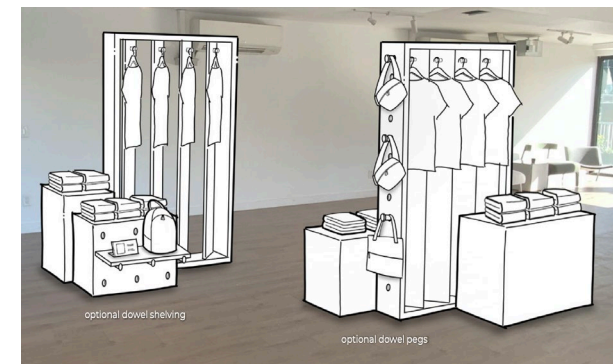
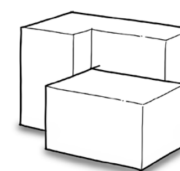
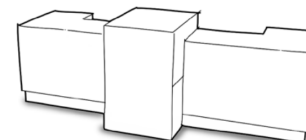
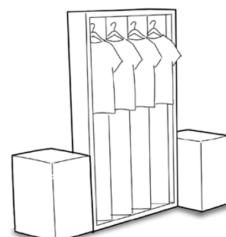
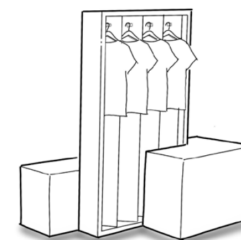
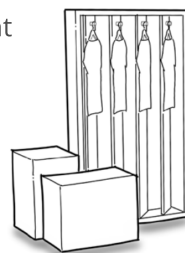
# Réutilisation des espaces commerciaux urbains - FWD



## Environnements adaptatifs

Les éléments d'exposition **flexibles** facilitent la **mobilité** pour des applications diverses.

**Différentes configurations** peuvent être réalisées grâce à l'utilisation de composants modulaires, offrant ainsi une grande agilité dans le *merchandising*.





# Réutilisation des espaces commerciaux urbains - FWD



## Des échanges clients multi-facettes

Permettre à l'espace d'être suffisamment agile pour être une destination commerciale tout en accueillant des **événements sociaux** et en favorisant la sensibilisation **communautaire**.

**Réduire la complexité** afin de faciliter une **transition rapide** d'une configuration à une autre.

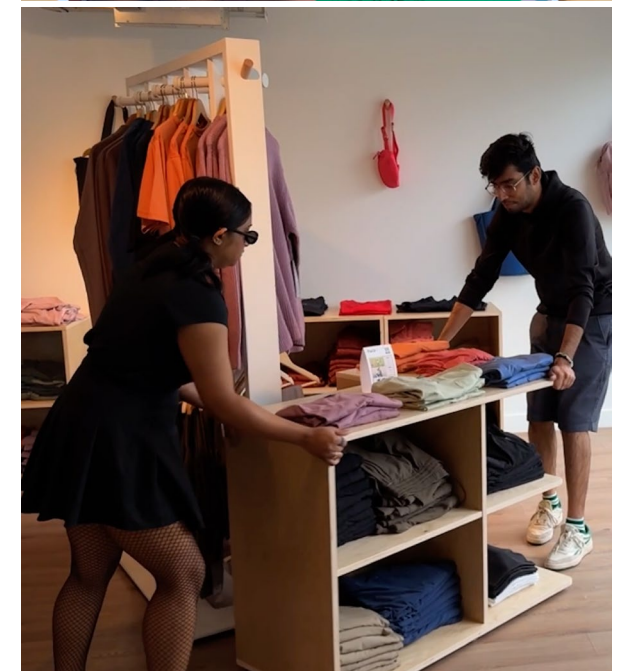
Un emplacement **éloigné** du cadre **traditionnel** ouvre de nouveaux marchés et renforce la **fidélité** et la **notoriété de la marque**.



retail configuration



active configuration



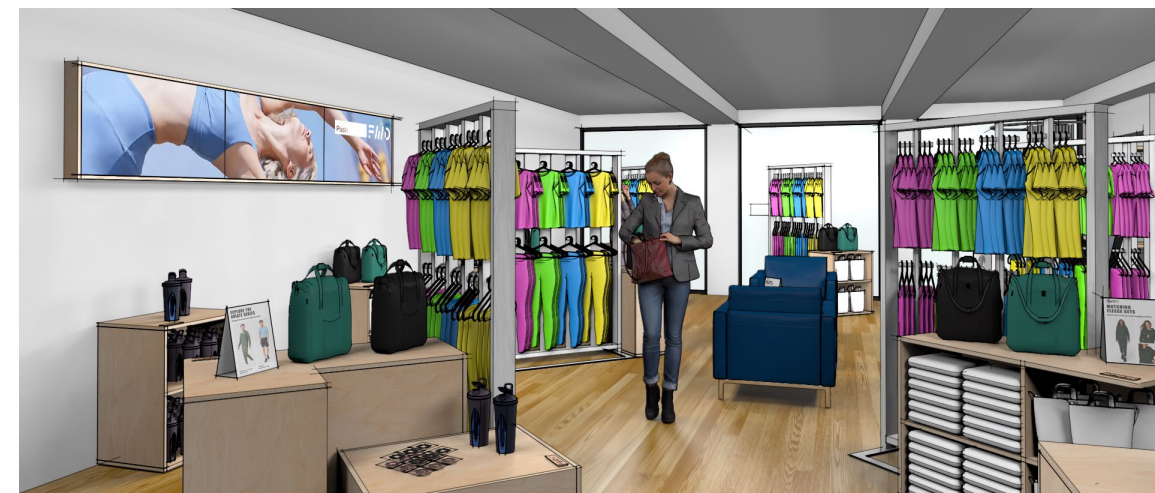
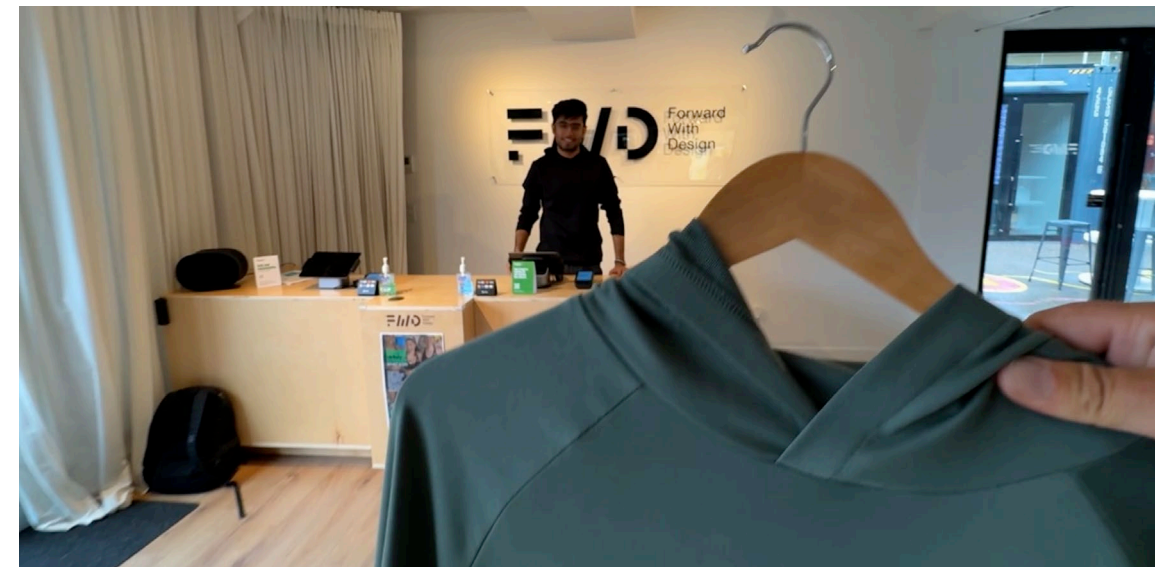
# Réutilisation des espaces commerciaux urbains - FWD



## Offres exclusives

Ajouter une touche **d'exclusivité** en proposant des produits uniques dans des lieux spécifiques.

**Mettre en valeur** les articles exclusifs en **transformant les présentoirs** en espaces dédiés et **en renforçant leur visibilité** grâce à un message clair.







# Répondre aux besoins des consommateurs par le design dans les points de vente





# Séduire les clients grâce aux éléments de design incontournables en magasin



## Éléments du design en magasin

Définir l'**objectif** et utiliser des éléments **pour favoriser la connaissance des produits**, faciliter la **navigation** et encourager l'**interaction** avec le consommateur.



## Connexion avec le client

Établir une **connexion plus profonde** avec le client en partageant l'histoire derrière le produit ou le service et/ou en mettant en avant les **avantages pertinents** qui tiennent à cœur aux consommateurs.



## Shop-in-Shop

Désigner un **espace spécifique** au sein d'un point de vente existant permet **d'accroître la concentration des consommateurs**, de **centraliser l'offre produits** et de **renforcer la notoriété de la marque**.



# Design

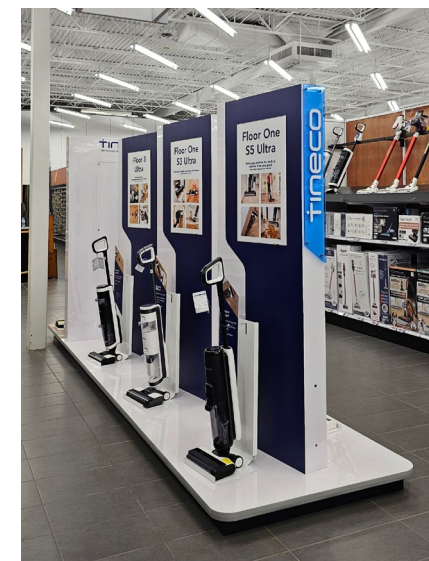


tineco

## Tineco Shop-in- Shop (îlot)

Définir l'**objectif** et utiliser des éléments pour promouvoir la **notoriété de la marque**, la **connaissance des produits**, la **navigation** et l'**interaction avec le consommateur**.

Utiliser le **design** pour répondre à ces critères de manière à améliorer l'**expérience d'achat** et à **renforcer la confiance** dans la **décision d'achat**.





# Design



tineco

## Éléments de design

Les panneaux suspendus en forme **d'auréole délimitent l'espace** et facilitent la **reconnaissance** à distance.

Les **visuels magnétiques** se **rafraîchissent facilement** pour le renouvellement des produits.

Le **contenu numérique** prolonge l'expérience par la **prise de connaissance** des produits et leurs **caractéristiques**.

Le **placement côte-à-côte des produits** permet aux consommateurs de **comparer**.





# Connexion avec le client



## Kind Matter Shop-in-Shop

Établir une **connexion plus profonde** avec le consommateur **en partageant l'histoire** derrière le produit ou le service et/ou en mettant en avant les **valeurs de l'entreprise**.





# Connexion avec le client



## Créer un lien avec le consommateur

Exprimer les **valeurs de la marque** de manière **authentique**.

Mettre de l'avant un **aspect unique** du produit qui saura toucher le consommateur.

L'expérience d'achat devient **plus personnalisée et mieux pensée**, offrant une approche **plus intime**.



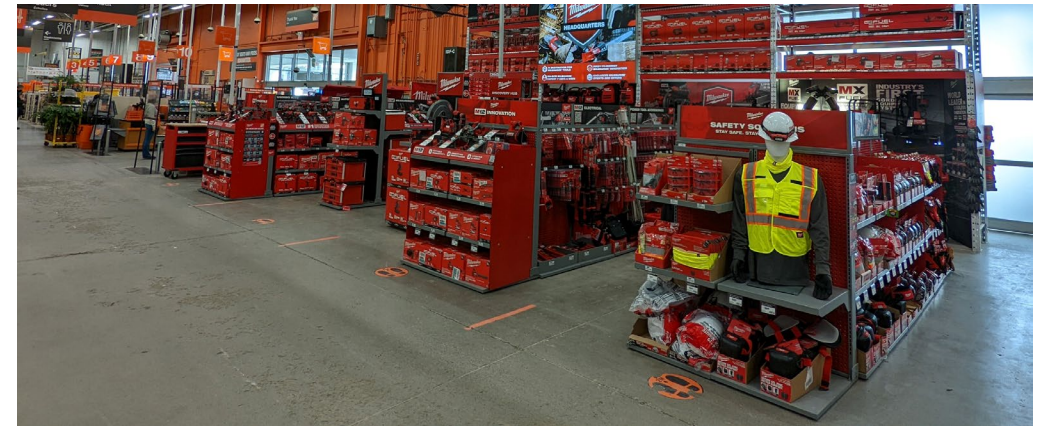


# Shop-in-Shop



## Milwaukee – HQ Shop-in-Shop

Création d'un environnement dédié au sein d'un espace de vente existant permet de capter davantage l'attention du consommateur, de regrouper l'offre produits et de renforcer la notoriété de la marque.





# Shop-in-Shop

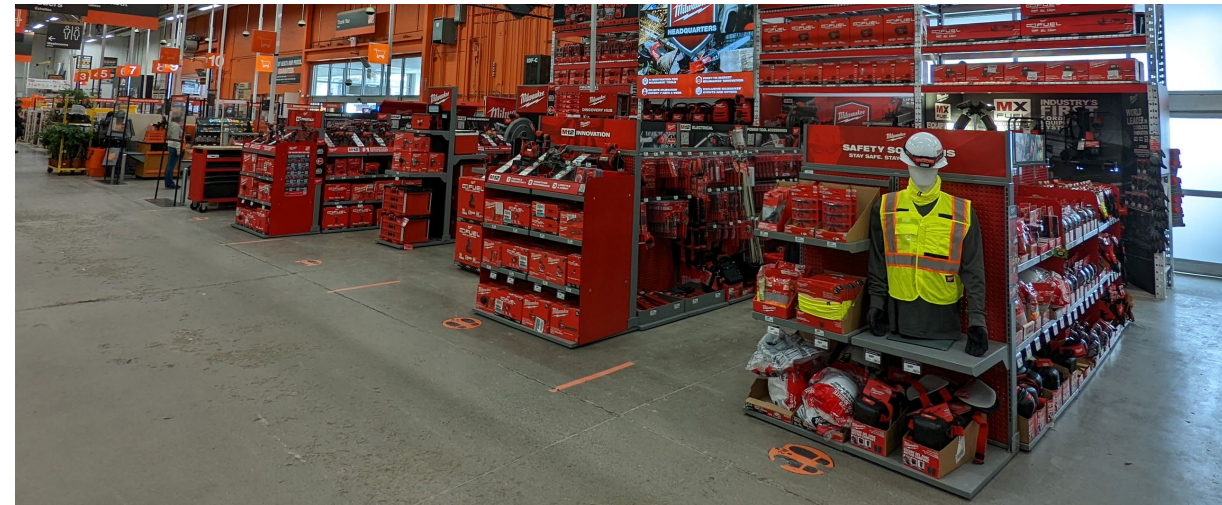
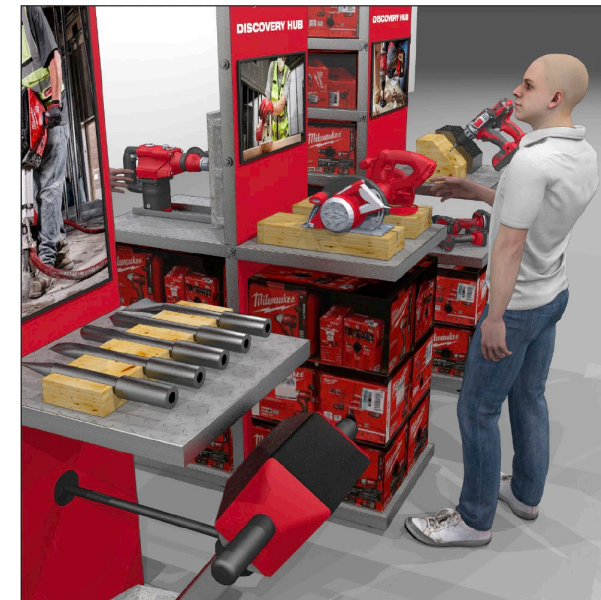


## Emplacement

Le consommateur peut facilement **explorer** différentes **catégories** de produits.

Les "Discovery Hubs" offrent des **mini-destinations** pour découvrir et **tester** les produits.

La **combinaison de nouveaux mobiliers** avec ceux **déjà en place** permet une **intégration complète** de la marque dans l'environnement.



# Une meilleure expérience en magasin

## Commerce expérientiel

Établir une connexion plus profonde avec le consommateur sans perturber son expérience d'achat.

## Le commerce réinventé pour la ville

Créer de l'enthousiasme autour de la marque en utilisant des espaces multifonctionnels afin de promouvoir des événements sociaux et communautaires.

## Design pour les points de vente

Utiliser un design innovant pour harmoniser les aspects du marketing en magasin et guider le client vers une meilleure expérience d'achat.



**Merci!**