



PLV News

n°29

Dans ce numéro vous trouverez des idées pour vos animations, le marketing bluetooth de proximité, votre mobilier commercial, le cross-merchandising, les présentoirs glorifier, la PLV et le développement durable.

Nous vous souhaitons une bonne lecture.

Nous venons de lancer notre [nouveau site internet](#) ; c'est l'occasion de nous rendre une visite en ligne, de faire le point sur l'actualité ou de nous faire un brief dès à présent.

Cliquez sur les photos pour les agrandir.
Pour nous interroger sur ce type de PLV, cliquez sur "demande d'information" en bas des cases ou nous contacter par téléphone au 01 53 38 63 20.

Rédaction : Nadine DUBREUIL -mailto:info@plvnews.info

Nos rendez-vous du printemps...

Nous espérons avoir le plaisir de vous voir sur notre **stand J 29** au **Salon Popai Marketing au Point de Vente** qui aura lieu du **1er au 3 avril 2008**, au Parc des Expositions à la Porte de Versailles, Hall 7-1. Ce salon, qui avait lieu précédemment en Novembre, prend un temps d'avance. Durant ces trois jours, vous pourrez assister à des conférences gratuites ; il y aura 15 % d'exposants en plus ; la PLV, le Digital Media et l'architecture commerciale seront au grand complet.

Rendez-vous sur le stand Weillrobert pour voir les nouvelles tendances de la PLV 2008 : le cross-merchandising, le multi-placement, le Digital Media vraiment adapté à la PLV et le recrutement par "Bluetooth".

Nous exposons sur



Si vous désirez préparer dès à présent votre visite, prendre rendez-vous sur le stand ou faire une demande de brief,

Weillrobert vous invite ; demandez votre badge dès maintenant !

S

STAND DE DEGUSTATION TASSIMO

une belle opération de co-marketing au point de vente.

- A l'occasion du lancement de la gamme Tassimo à travers l'Europe et de la nouvelle cafetière Bosch, Weillrobert a réalisé ce présentoir pour une opération de co-marketing. La technique de co-marketing actuellement en PLV : elle permet à deux marques complémentaires d'associer leurs efforts pour le lancement d'un produit ;

- En choisissant de répondre par des formes galbées inhabituelles pour un stand d'animation en carton, Weillrobert valorise l'image Tassimo. La nouvelle cafetière fabriquée par Bosch est posée en majesté sur un plateau arrondi ; la gamme des cafés, chocolats et cappuccinos est visible sur la face du présentoir et est facilement accessible à la démonstratrice. A l'arrière, la structure du présentoir cache deux espaces de rangement pour l'eau minérale et la réserve de produits. Les gobelets sont à disposition sur le côté de la structure. L'ensemble de la PLV entre dans un petit étui carton qui permet à l'animatrice de le porter d'une seule main.



Kit pour animation simple et design



Kit pour animation composé d'un totem galbé et d'un stand d'animation en forme d'ellipse. Ces éléments sont pliables et sont donc facilement transportables d'un site à un autre. Le stand se monte en un tour de main grâce à un plateau thermoformé qui peut être imprimé à la couleur du stand. Ce plateau est suffisamment résistant pour recevoir des produits et résister aux dégustations des boissons. La simplicité des formes met bien en valeur les visuels de la communication.



Présentoir Audi

Une bonne illustration des nouvelles tendances qui associent un design pur et très architecturé et la prise en compte de matériaux qui participent au développement durable. Ce présentoir, réalisé par Weillrobert pour Audi France, utilise du medium teinté dans la masse pour éviter les plaquages plastique type mélanine ou stratifié. La plaque d'aluminium n'est pas réalisée en stratifié mais

en aluminium et rapporté par des inserts afin que le matériel soit plus facilement séparé pour le recyclage. La structure en acier se sépare ainsi facilement des autres matériaux.



Diffuseur de brume aromatique : Une PLV pour vendre le bien-être

Cette PLV, installée chez Castorama, permet d'expliquer aux acheteurs de sanitaires de la marque distributeur "Form" le fonctionnement d'un brumisateuseur d'huiles essentielles installé sur leurs baignoires. Pour cela, Weillrobert a réalisé un présentoir coloré qui attire l'attention avec de grands visuels pour expliquer le bien être qu'apporte ces baignoires relaxantes "new-age".



Vous reprendrez bien des couleurs !

"Péché mignon" pour Yves Rocher

Weillrobert a réalisé une PLV qui donne envie de goûter à cette nouvelle gamme de maquillages aux couleurs assorties ; les fards à paupières et rouge à lèvres sont présentés sur des collerettes de petits fours et des étiquettes en forme de pique, ce qui renforce l'image d'une vitrine de confiseur.

Je vous sens déjà craquer !



Le design pour mieux vendre ; la forme plutôt qu'un long discours.

La PLV est une communication rapide : quelques secondes pour attirer l'œil du consommateur. Les

présentoirs pour essuie-glace sont souvent très simples dans leur design. Pourtant, il s'agit d'un produit qui fonctionne bien pour l'achat d'impulsion. On le voit, et on pense à changer les balais usés de ses essuie-glaces. Afin de rendre la PLV plus performante et plus agréable, Weillrobert a conçu la structure même du présentoir avec la forme que dessine le balai lorsqu'il essuie le pare-brise. Ce mouvement d'essuie-glace sert de signal pour attirer l'attention du consommateur. Une ILV faite d'un fronton et d'une large joue informative permet aux clients la réassurance nécessaire à l'achat d'un produit technique.

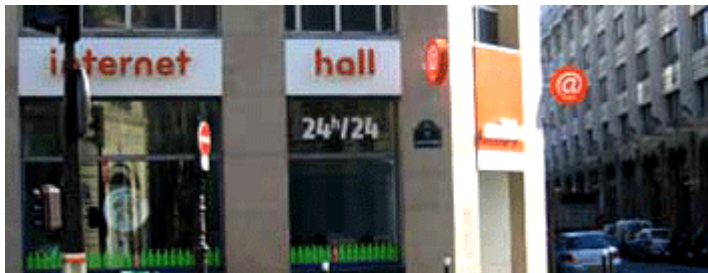


Cross-merchandising pour Côte d'Or

Cette technique est, avec le multi-placement, une des nouvelles solutions pour "sortir des rayons battus". Weillrobert en quelques années s'est fait le spécialiste de cette technique : vendre de la chantilly au rayon des glaces, vendre des croûtons au rayon soupes, etc. Un des derniers nés que l'on a vu

apparaître ces derniers jours dans les rayons est à nouveau réalisé par Weillrobert : il s'agit du présentoir pour les carrés de chocolat "mignonnettes" de Côte d'Or, qui peut, grâce à ce présentoir, trouver une place au rayon café. Comment trouver de nouveaux espaces dans les points de vente, associer des produits entre eux grâce à une PLV.

MILK : le premier réseau de cybercafés à Paris et à Strasbourg utilise le Marketing Bluetooth Serblue-Weillrobert



Weillrobert lance un nouvel outil de marketing au point de vente grâce à la technologie Bluetooth. Ce système permet de diffuser dans le point de vente des messages sur les portables des consommateurs grâce à de petits boîtiers intégrés au présentoir. A la différence du SMS ou du MMS, le bluecasting est totalement gratuit pour l'utilisateur. Quand il reçoit un message, il donne son accord pour le télécharger.

Les boîtiers émetteurs peuvent fonctionner de façon autonome ou reliés par câble ou Wifi à une ligne ADSL. Ils permettent la diffusion de messages, de dialoguer avec le consommateur qui pourra choisir parmi une liste d'informations celles qu'il souhaitera recevoir. Les boîtiers peuvent aussi récupérer de l'information pour la marque ou faire le point sur le nombre de messages envoyés, reçus ou lus.

Exemple d'utilisation avec ces caissons lumineux pour Chanti, marque du groupe Heineken, avec la diffusion de messages dans les bars de nuit par un boîtier bluetooth intégré au caisson lumineux. Les consommateurs sont alertés par la PLV qu'un message leur est envoyé sur leur téléphone portable, sur un rayon de 15 à 20 m². Ils peuvent alors accepter ou refuser la vidéo qui leur permet de participer à un concours pour gagner un voyage dans trois villes d'Europe. Ils peuvent bien sûr garder la vidéo sur leur portable en souvenir de l'opération. De nombreuses applications sont déjà à l'étude pour des points de vente dans des domaines des livres et les disques, les agences immobilières, l'automobile, etc. Une autre étude est en cours afin de proposer du crédit pour le gros électroménager lorsqu'on est face au rayon.



40 rue Botzaris 75019 PARIS
Tel : 01 53 38 63 20 - Fax : 01 42 45 36 50