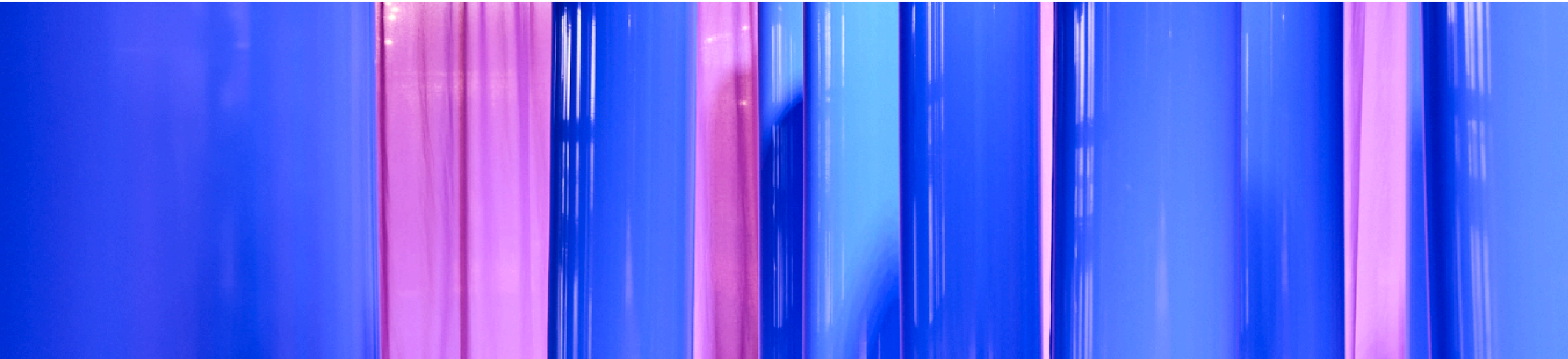
WSN ACADEMY

Learn
Grow
Innovate

DE L'IDENTITÉ DE MARQUE À LA DYNAMIQUE DU STAND : DEVENEZ UN EXPERT EN MERCHANDISING VISUEL



WSN ACADEMY

01

QU'EST-CE QUE LE MERCHANDISING VISUEL ?

- Définition
- Objectifs

WSN ACADEMY

QU'EST-CE QUE LE MERCHANDISING VISUEL ?

Le merchandising visuel est une pratique utilisée dans le secteur de la vente au détail qui consiste à **optimiser la présentation des produits et services** afin de mieux mettre en valeur leurs caractéristiques et leurs avantages.



À QUOI SERT-IL ?

- **Promouvoir la marque** et son identité visuelle.
- Faciliter la **découverte des produits** et encourager l'interaction.
- **Optimiser l'espace** pour une présentation claire et attrayante des collections.
- **Attirer l'attention des visiteurs** et générer du trafic vers le stand.

WSN ACADEMY

02

IDENTITÉ VISUELLE ET AGENCEMENT DU STAND

- Cohérence de l'identité de marque
- Aménagement et psychologie spatiale



COHÉRENCE DE L'IDENTITÉ DE MARQUE

- Respectez les directives esthétiques de la marque (couleurs, matériaux, style).

- Utilisez des éléments distinctifs pour mettre en valeur l'identité (logo, signalétique, ambiance).

QUELLE EST L'IDENTITÉ DE VOTRE MARQUE ?

- Notez 3 adjectifs qui définissent votre marque et 1 élément visuel qui les incarne le mieux.

WSN ACADEMY

CHOISISSEZ UN AGENCEMENT DE STAND ET AMÉNAGEZ LE PREMIER MÈTRE CARRÉ COMME UNE VITRINE DE MAGASIN.



SEMI-OUVERT



OUVERT



IMMERSIF

SOYEZ CONSCIENT DES FLUX NATURELS.

Les gens ont tendance à tourner à droite en entrant et à se déplacer dans le sens inverse des aiguilles d'une montre.



- Placez les éléments de storytelling ou les collections haut de gamme le long du mur de droite.
- Utilisez les murs du fond pour créer de la profondeur, raconter des histoires ou présenter des visuels percutants.





PRÉVOYEZ D'UN ESPACE ACCUEILLANT POUR LES ACHETEURS.

Le placement des chaises est important !
Laissez le côté allée de la table libre pour encourager les gens à venir vous parler.

WSN ACADEMY





DÉMONSTRATION ET EXPÉRIENCE CLIENT

- Faites de votre stand la scène centrale de votre produit. Mettez-le en valeur !

- Les réunions d'affaires peuvent être bien plus que cela. Offrez un moment interactif et une expérience dont on se souviendra.

WSN ACADEMY

03 PRÉSENTATION DU PRODUIT

Conseils généraux
Vêtements
Accessoires





ESPACEZ LES PRODUITS POUR FACILITER LA LECTURE.

JOUEZ AVEC DIFFÉRENTES HAUTEURS POUR RENDRE LA PRÉSENTATION PLUS DYNAMIQUE.

CONSEILS GÉNÉRAUX







MANNEQUINS ET SILHOUETTES

- Placez les mannequins de manière à ce qu'ils soient tournés vers l'allée afin d'attirer les clients.
- Variez vos poses pour obtenir un effet plus vivant et naturel.
- Les mannequins que vous choisissez en disent long sur votre marque. Utilisez-les comme un outil supplémentaire pour raconter votre histoire !

CONSEILS GÉNÉRAUX



TROP D'ARTICLES RÉDUIT LA VALEUR PERÇUE.

Accrochez au **maximum** 5 à 7 articles par porte-vêtements.

VÊTEMENTS

ORGANISEZ PAR THÈME, STYLE OU PALETTE DE COULEURS POUR FACILITER LA LECTURE.





ACCESSOIRES

WSN ACADEMY

- Exposez vos produits sur des supports dédiés (vitrines, podiums, tables).

- Utilisez des éléments en hauteur pour structurer l'espace (présentoirs à plusieurs niveaux).



STYLEZ VOS ACCESSOIRES AVEC DES SILHOUETTES COMPLÈTES POUR AUGMENTER LEUR VALEUR PERÇUE.

WSN ACADEMY

04 ENTRETIEN ET REVITALISATION

Concevoir un stand facile à maintenir
Réinitialiser le stand
Adapter son étalage selon le comportement des acheteurs
Maintenir l’énergie de son équipe

CONSTRUISEZ DES PRÉSENTOIRS « AUTO-ENTRETENUS »

Choisissez des displays qui restent rangés même en cas d'interaction importante avec les visiteurs :

- Limitez le nombre d'articles pliés à trois par pile.
- Utilisez des pinces, des épingles ou des poids discrets pour stabiliser les vêtements des mannequins.
- Choisissez des fixations qui limitent les mouvements (par exemple, des bases lestées, des rails verrouillés).
- Aménagez un espace caché pour ranger vos affaires personnelles afin de garder votre stand propre et bien rangé.



GARDEZ UN PETIT KIT DE MISE EN SCÈNE À PORTÉE DE MAIN :

- Rouleau adhésif
- Épingles, pinces, épingles de sûreté
- Lingettes pour surfaces
- Cintres de rechange
- Ruban adhésif double face et ciseaux
- Chiffon non pelucheux
- Lookbooks ou cartes de visite



LE « RITUEL DE RÉINITIALISATION » (TOUTES LES 2 À 3 HEURES)

- Redressez les cintres pour qu'ils soient tous orientés dans la même direction.
- Repliez ou réempilez les articles qui ont été touchés.
- Lissez ou réarrangez les mannequins.
- Enlevez tout encombrement inutile des surfaces.
- Essuyez les miroirs et les éléments en verre.



« MINI RELOOKING » QUOTIDIEN (MATIN + MIDI)

- Changez la tenue d’un mannequin.
- Modifiez la palette de couleurs frontale ou la combinaison de tenues.
- Déplacez un article très vendu vers la zone d'affichage principale.
- Remplacez les échantillons qui semblent usés par des échantillons plus récents provenant du stock.

De petits changements suscitent une nouvelle curiosité : les acheteurs qui passent plusieurs fois devant remarqueront la différence.



ADAPTER SON ÉTALAGE SELON LE COMPORTEMENT DES ACHETEURS

Observez comment les visiteurs se déplacent naturellement :

- Se regroupent-ils autour d'un seul présentoir ?
- Ignorent-ils systématiquement une collection ?
- Les acheteurs ignorent-ils un mannequin ?
- Les gens touchent-ils certains articles en particulier ?





RÉPONDRE AUX GOULOTS D'ÉTRANGLEMENT

Si vous remarquez des zones encombrées ou peu pratiques :

- Retirez un accessoire ou un petit meuble.
- Augmentez l'espace entre les rayons de seulement 10 à 15 cm.
- Redirigez le trafic en repositionnant un miroir ou un mannequin.

REPENSER LES DOMAINES PEU PERFORMANTS

Si les visiteurs évitent une zone particulière :

- Augmentez l'éclairage (uniquement si vous avez commandé un boîtier électrique).
- Placez un mannequin ou un article phare à proximité.
- Remplacez le produit en “vitrine”.
- Ajoutez une signalisation claire (« Nouveautés », « Gamme écologique », « Meilleures ventes »).



MAINTENIR LE MORAL DE VOTRE ÉQUIPE

- Lorsque le stand est vide, les membres de l'équipe peuvent réorganiser les présentoirs, ranger et réarranger les articles.
- Faites tourner les responsabilités afin que chaque membre du personnel reste motivé.
- Utilisez un langage corporel qui traduit l'ouverture d'esprit : tenez-vous près de l'allée, adoptez une posture accueillante.




MERCI !
wsn-academy@wsn.community