



TESTER UN MERCHANDISING INNOVANT DANS LE CADRE DU LANCEMENT D'UNE NOUVELLE OFFRE

CLIENT

FNAC est une chaîne de magasins française spécialisée dans la distribution de produits culturels et électroniques à destination du grand public.

CONTEXTE & PROBLÉMATIQUE

Dans le cadre du lancement d'une offre innovante, déployée sur un rayon dédié, l'enseigne a mis en place un pilote dans certains de ses magasins.

Nouveau mobilier, nouvelle atmosphère, nouvelle disposition et signalétique, les clients vont-ils apprécier le concept, en vue d'un déploiement à grande échelle ?

PROGRAMME & IMPACT

L'enseigne a constitué une communauté active comptant près de 2500 clients sur l'application dans un espace personnalisé.

Les magasins concernés par le pilote ont été géolocalisés dans l'application. La mission a été rendue disponible aux clients fréquentant ces magasins.

Invités à se rendre dans le rayon concerné, les participants ont pu évaluer si :

01 LE RAYON EST BIEN INDIQUÉ DANS LE MAGASIN

02 L'ORGANISATION DU RAYON EST CLAIRE

03 LES PRODUITS SONT BIEN PRÉSENTÉS & ACCESSIBLES

04 LE CHOIX DES PRODUITS EST SUFFISANT

05 LES VENDEURS SONT DISPONIBLES ET À L'ÉCOUTE

Les participants sont également invités à prendre des photos du rayon afin de remonter les éléments appréciés ou non au niveau du rayon, notamment la disposition, le mobilier, l'ambiance, l'éclairage, la signalétique... Ils ont pu tester le produit et faire un retour bref sur l'expérience associée.

POURQUOI BRANDBIRDS

Nous avons pu tester les clients au cœur de l'expérience, dans le rayon pilote pour une capture plus fidèle de leur ressenti. Grâce à la photographie, les forces et faiblesses du rayon ont pu être remontées concrètement.

POUR ALLER PLUS LOIN

TESTER UN NOUVEAU PRODUIT / SERVICE EN AMONT DE SON LANCEMENT

ÉVALUER LA CLARTÉ DE LA SEGMENTATION D'UNE OFFRE COMMERCIALE EN RAYON

MESURER L'IMPACT DU MERCHANDISING DANS L'ACTE D'ACHAT