

AUDIT DU POINT DE VENTE ET DE LA VITRINE

ITEMS		Très actif	actif	peu actif	pas actif	non concerné	Exemple de commentaires
Vitrines							
1	La vitrine est propre et en bon état						Afin de renforcer l'attractivité du commerce, ne pas hésiter à nettoyer régulièrement la vitrine afin d'enlever les éventuelles traces.
3	Dans la vitrine, les prix sont affichés et lisibles						<p>Pour rappel, l'affichage des prix de tous les produits mis à la vente est obligatoire, en vitrine comme à l'intérieur du commerce. Idéalement, le mieux étant d'harmoniser toutes les étiquettes de prix, d'éviter au maximum d'écrire les indications à la main et de ne pas poser les prix directement sur les produits. Lorsque les prix sont placés à côté des produits, le mieux est de placer les étiquettes de prix du même côté pour plus de cohérence (toutes les étiquettes à gauche ou toutes à droite des produits).</p> <p>Ici les prix sont indiqués de façon manuscrite directement sur les produits et sur certains produits ceux-ci ne sont pas bien visibles. Une solution consisterait à récapituler les prix des produits présentés sur des mini-chevalets pour plus d'esthétisme et de lisibilité.</p>
4	Les modes de paiements sont affichés						Ne pas hésiter à demander à votre banque un autocollant CB/VISA afin d'informer les clients que ce mode de paiement est accepté.
5	Les affiches sont à jour et correctement posées sur la vitrine						Aucune affiche posée sur la vitrine lors de la visite. Lorsque c'est le cas, veillez si possible à ne pas trop en mettre afin de ne pas surcharger inutilement et aussi de retirer celles dont les événements sont passés.
6	Les supports extérieurs sont propres et en bon état						Pas de support extérieur mais la largeur du trottoir ne le permet toutefois pas.
7	Les périodes et horaires d'ouverture sont bien renseignés						Il manque l'indication des jours d'ouverture en semaine (du mardi au vendredi); ne pas hésiter à l'indiquer dès que possible. Il pourrait également être ajouté le numéro de téléphone du commerce (répondeur téléphonique à personnaliser dans l'idéal) ainsi que l'inscription "Avec ou sans RDV".

Adresse de correspondance :

4 Rue du Pré Ancel
 ZAC
 77510 REBAIS
 Tel. 01 64 03 00 59 - Fax 01 64 03 31 24

Parc d'Entreprises Val d'Europe
 4Bd Michael Faraday SERRIS
 77716 MARNE LA VALLEE Cédex 4
 Tel. 01 60 42 89 45 - Fax 01 60 42 87 80

8	Les couleurs dominantes ne sont pas trop nombreuses						<p>Pour information au maximum trois couleurs doivent être utilisées dans une vitrine ou une pièce. On peut ainsi opter pour plusieurs techniques: Le mono couleur ; l'usage de 2 couleurs fortement contrastées ; l'utilisation de 3 couleurs (1 majeure, 1 couleur intermédiaire et 1 mineure).</p>
9	Les produits sont plutôt présentés à droite et au centre						<p>Une vitrine se lit de gauche à droite puis le regard se fixe en général sur le centre droit.</p> <p>La zone qui attire le plus le regard des chalands se trouve à 1,60m du sol à un tiers du bord droit de la vitrine par rapport à la longueur totale (cf schéma sur le document remis). Les produits à présenter dans cette zone peuvent donc être ceux à plus forte marge, les nouveautés ou ceux qui se vendent le mieux (les produits stars) afin d'inciter, dans un premier temps, les chalands à rentrer dans le commerce.</p> <p>Le niveau au sol ne doit servir qu'à disposer des éléments de décor ou afficher les prix donc ne pas hésiter à surélever tous les produits ou les éléments à mettre en valeur.</p>
10	Les produits sont groupés en triangulation						<p>Pour un impact commercial beaucoup plus fort, il est important de grouper les produits en nombre impairs et de varier leurs niveaux et profondeur (ne pas les disposer sur un même plan en utilisant par exemple des présentoirs de tailles différentes).</p> <p>Les produits peuvent être regroupés par dimension, couleur, usage, marque... il faut juste qu'il y ait une cohérence. Ce procédé permet de créer des groupes de produits aérés, de capter plus facilement les regards des passants et de gagner en lisibilité de l'offre.</p> <p>Par ailleurs l'ensemble du décor doit idéalement s'inscrire dans une présentation en forme de triangle. (cf exemples de <i>Triangle d'or</i> remis lors du RDV) Ce genre de présentation est la plus percutante. N'hésitez pas à jouer sur la hauteur et la profondeur d'implantation des produits et décors. Pour gagner en hauteur et légèreté, vous pouvez par exemple ajouter des éléments en suspension (produits ou décoration spécifiques)</p>
13	La vitrine/les produits sont changés régulièrement						Changement tous les 15 jours.

Adresse de correspondance :

4 Rue du Pré Ancel
ZAC
77510 REBAIS
Tel. 01 64 03 00 59 - Fax 01 64 03 31 24

Parc d'Entreprises Val d'Europe
4Bd Michael Faraday SERRIS
77716 MARNE LA VALLEE Cédex 4
Tel. 01 60 42 89 45 - Fax 01 60 42 87 80

14	Les couleurs sont correctement choisies						<p><u>Les couleurs chaudes</u> : délimitent et resserrent les pièces</p> <p><u>Les couleurs froides</u> : Agrandissent les pièces et donnent l'impression que les plafonds sont plus hauts</p> <p><u>Les couleurs neutres</u> : mettent en avant la décoration, le produit</p> <p>En général plus une couleur est claire, plus elle a tendance à agrandir l'espace et inversement. Ici, le rose et le jaune dynamisent les vitrines et la devanture et le gris met en avant la décoration des vitrines.</p>
15	Les produits sont éclairés de manière directe, de préférence de haut vers le bas						<p>Pour plus d'impact, les produits en vitrine doivent être éclairés intensément de manière directe, plutôt du haut vers le bas. L'installation de spots orientables clipés peut être une solution. Attention à bien choisir des spots ayant une intensité lumineuse suffisante (les iodures métalliques conviendraient parfaitement en ce sens; cf guide pratique sur l'éclairage des commerces). Ici, l'éclairage est présent mais peu intensif.</p>
19	Les produits présentés ne doivent pas être trop nombreux						<p>D'une manière générale, veillez à ne pas surcharger les vitrines.</p>

		Très actif	actif	peu actif	pas actif	non concerné	Commentaires
Façade, devanture et enseigne							
24	L'enseigne est bien lisible et éclairée						<p>Une enseigne rétro-éclairée serait un plus; toutefois l'utilisation de lettrines jaunes permet d'attirer l'œil.</p>
25	La forme de l'enseigne est bien adaptée à la situation						<p>Le salon est peu visible, notamment pour les voitures qui circulent fréquemment dans cette rue. Il conviendrait d'installer dès que possible une enseigne en drapeau (perpendiculaire à la devanture), si possible rétro-éclairée afin de capter au mieux l'attention.</p>
26	L'extérieur du magasin est propre						<p>Globalement à part quelques petites traces et la partie métallique en dessous des spots qui serait à changer pour plus d'esthétisme.</p>
27	Il n'y a pas d'indications en surcharge sur la façade et ses abords						

Adresse de correspondance :

4 Rue du Pré Ancel
ZAC
77510 REBAIS
Tel. 01 64 03 00 59 - Fax 01 64 03 31 24

Parc d'Entreprises Val d'Europe
4Bd Michael Faraday SERRIS
77716 MARNE LA VALLEE Cédex 4
Tel. 01 60 42 89 45 - Fax 01 60 42 87 80

28	L'entrée du point de vente est accessible						<p>Pour être en conformité avec la réglementation sur l'accessibilité dans les commerces et la loi qui s'y rapporte et applicable au 01/01/2015, la largeur utile de la porte d'entrée doit obligatoirement être supérieure à 80 cm. Présence d'une marche à l'entrée.</p> <p><u>Lorsqu'un commerce n'est pas accessible il peut-être envisagé dans certains cas (raisons financières, impossibilité technique) d'obtenir une dérogation.</u> Pour ce faire, un dossier administratif doit être monté et présenté en sous-commission accessibilité.(cf documents remis sur l'accessibilité).</p>
----	---	--	--	--	--	--	--

		Très actif	actif	peu actif	pas actif	non concerné	Commentaires
Espace de vente							
29	Il est facile de circuler dans le point de vente						L'espace réservé aux bacs à eau est accessible via un escalier. Cet espace n'est donc pas accessible à ceraines catégories de personnes à mobilité réduite sans aide externe.
30	La disposition du mobilier de la boutique tient compte de l'accessibilité aux PMR						
31	L'entreprise est rangée et propre						Du fait d'un manque de rangement, l'espace de travail est occupé par de nombreux objets et équipements.
32	La température des locaux est adaptée						
33	L'aération des locaux est satisfaisante						
34	Le mobilier est en bon état						
36	Les prix sont indiqués et lisibles						Harmoniser si possible l'indication des prix; attention à la taille des caractères qui doit être suffisante, notamment pour permettre aux personnes mal-voyantes de les lire correctement.
38	Le décor est simple et adapté au concept du magasin						
39	Les couleurs dominantes ne sont pas trop nombreuses						Comme pour la vitrine, il faut se limiter à l'utilisation de trois couleurs maximum.

Adresse de correspondance :

4 Rue du Pré Ancel
 ZAC
 77510 REBAIS
 Tel. 01 64 03 00 59 - Fax 01 64 03 31 24

Parc d'Entreprises Val d'Europe
 4Bd Michael Faraday SERRIS
 77716 MARNE LA VALLEE Cédex 4
 Tel. 01 60 42 89 45 - Fax 01 60 42 87 80

46	Les produits qui doivent prioritairement être vendus sont situés dans la "zone des yeux"						Ne pas hésiter à placer plus de produits destinés à la vente dans le champs de vision des clients qui se font coiffer. En effet, les produits sont actuellement trop en hauteur et les clients ne les regardent ainsi pas forcément. L'offre en produits situés près de la caisse (achat d'impulsion) pourrait également être renforcée.
48	La température de couleurs utilisée est adaptée au type de commerce						Moins de 3 300 Kelvins: teintes chaudes Entre 3 300 et 5 300 Kelvins: teintes intermédiaires ou neutres Plus de 5 300 Kelvins: teintes froides
49	Le rendu des couleurs est suffisant						Attention à bien choisir des lampes ayant un IRC (Indice de Rendu des Couleurs) d'au moins 90. Cette donnée est très importante, notamment dans le cas de l'activité de coiffure car cela mesure la capacité d'une lampe à retranscrire fidèlement la couleur. Si cette information n'apparaît pas sur la lampe ou l'emballage, n'hésitez pas à la demander à votre fournisseur.
51	Les linéaires sont bien remplis						

Adresse de correspondance :

4 Rue du Pré Ancel
ZAC
77510 REBAIS
Tel. 01 64 03 00 59 - Fax 01 64 03 31 24

Parc d'Entreprises Val d'Europe
4Bd Michael Faraday SERRIS
77716 MARNE LA VALLEE Cédex 4
Tel. 01 60 42 89 45 - Fax 01 60 42 87 80