

# De la PLV pour les beaux jours !

## La PLV annonce ses chiffres

Parmi les outils de communication, la PLV offre le meilleur taux de transformation puisque nous savons que plus de 50 % des décisions d'achat (75 % en hypermarché) sont prises sur le point de vente. Pour la première fois, une étude du Popai conduite par l'Institut CSA sous la direction de Pierre-Alain WEILL révèle le coût du contact pour le marketing au point de vente. Il s'agit d'une étude pionnière qui utilise le même critère pour la PLV (coût pour 1000 personnes exposées) que celui utilisé par la télévision, la presse ou l'affichage.



PLVNEWS n° 25

Exemple pour une mise en place de 15 jours



### Une PLV tout terrain

Grâce à notre système "Speed Banner" et à nos présentoirs d'informations/prix, les concessionnaires **Land Rover** ont à leur disposition un kit valorisant et pratique pour mettre en avant les voitures en concession ou lors des opérations contact à l'extérieur (mini-salons, centres commerciaux, golfs, etc).

Le "Speed Banner" est constitué d'un visuel plastifié qui se roule, et d'une structure démontable qui tend le visuel et permet de les assembler côte à côte pour créer un mur d'images. Le porte-informations et de prix est réalisé en acier et en bois. Le même dispositif a été réalisé par Weillrobert pour l'autre marque prestigieuse du groupe, **Jaguar** pour qui les porte-prix sont en acier et plexiglas.



### Bien se nourrir au quotidien...

Afin d'expliquer dès le plus jeune âge la nécessité d'une alimentation variée et équilibrée, Weillrobert a réalisé pour le **Centre d'Information des Viandes** un kit itinérant pour un grand jeu éducatif dans les écoles. Le dispositif est constitué d'un stand portable "Kangourou" et de deux totems à enrouleur "Spring Roll" et d'un présentoir porte-documentations. L'enfant y pioche ses plaquettes représentant différents aliments et doit constituer, en les posant sur le stand kangourou, le repas idéal. Ces plaquettes sont équipées de velcro et un des lés du décor du stand Kangourou est en feutrine auto-agrippante. Les deux "Spring Roll" sont illustrés avec les informations nécessaires aux enfants pour les guider.



## D de Dim

Après le lancement :  
 - d'un site internet dédié au thème : "c'est l'accessoire qui tue",  
 - d'un teasing avec des silhouettes géantes dans la rue autour des lycées et collèges,  
 - d'un tour de France en bus où les jeunes choisissent leurs accessoires de top-modèles...  
 le moment de vérité pour les ventes reste la mise en place

des produits en rayons : Weillrobert a travaillé avec l'équipe de Dim et a créé un kit de balisage permanent composé d'un fronton et de deux joues imprimées sur transparent, ainsi que des portants en métal galbé, afin de matérialiser un espace pour cette nouvelle marque.



## Livres en tête !

Dans l'édition, la table des sorties du mois fait partie des recettes de mises en avant incontournables ; elle est parfois tellement encombrée qu'il faut trouver un moyen de faire ressortir une dizaine de livres que l'on souhaite mettre plus en avant. Weillrobert a créé à cet effet un présentoir en métal et en bois sous forme de lutrin recto verso avec fronton en bois et lettres découpées en plexiglas.



## Une tour de ballons pour Puma

Ce mobilier "tour de ballons" permet de ranger des ballons de différents diamètres. Sa forme et son design sont très "impactants".



## Extrême nano-tech !

Grâce à la nano-technologie, Turtlewax crée un lustrant high-tech pour voitures. Pour illustrer cette nouvelle technologie, Turtlewax adopte un style "BD" avec des illustrations très accrocheuses pour ce présentoir. Le contraste entre une structure métallique satinée noire et des bords de plateaux en plexiglas luminescent fluo attire l'oeil du consommateur.



## Le Kiosque

Pour la régie publicitaire Cart'Com, Weillrobert a créé un présentoir kiosque afin de mettre à disposition des consommateurs des magazines dans les bars branchés. Peu encombrant, nous avons mis au point ce présentoir mural très pratique. Il permet de ranger facilement les magazines tout en offrant une bonne visibilité de tous les titres en présentation.



## Digitale ou lenticulaire, l'animation fait vendre !

En complément de sa gamme d'écrans digitaux multimédia 7" et 15", Weillrobert vous propose pour des actions promotionnelles à budget plus serré, sa gamme d'écrans lenticulaires : une animation qui fait passer 3 ou 4 visuels sous forme de "morphing". Le dispositif fonctionne sur piles et existe en trois formats : le multi images display recto verso, le comptoir recto seul et le stop-rayon recto verso.