

Nouveauté 2015



Le premier concept store végétal

Carré
KIDO

*J'en ai marre de broyer du noir
Et vous ??*

conception LGI studio - Visuel © Subbotina Anna



Qu'est que le carré KDO?



- Une offre décalée
- Une offre rythmée commercialement tous les 15 jours
- Une offre prête à poser : marquetée et simple
- Une offre qui capte la cible: la consommatrice.
- Le végétal est secondaire
- Une offre centrée autour de la notion du CADEAU
 - Le cadeau pour les autres
 - Le cadeau pour soi-même.





Une offre décalée

« Nous parlons à la consommatrice avec des repères qui lui parlent. Ces repères sont piquants, décalés et doivent interpeller. Les supports l'interpellent de façon indirecte »

- S07- Je l'aime, et vous?
- S09- J'en ai marre de broyer du noir! Et vous?
- S11- Moi, je vois la vie en rose! Et vous?
- S13- Le plaisir, c'est pas que pour les autres!
- S15- Envie de soleil? Moi aussi.
- S17- J'aime grimper... et vous?
- S19- Pour ceux qui ont du goût ... c'est par ici
- S21- Ma mère: je l'aime! Et je lui dis?
- S23- Vous ne l'aimez pas, alors dites lui !!

*Une offre rythmée
commerciallement*





Une offre marquée et simple

- Vous recevez un box tout prêt
 - Plantes en place.
 - Plantes étiquetées
 - Marketing posé
- Après dé filmage et contrôle, vous emmenez le box dans le rayon.
- Au transpalette ou à 2 personnes, vous le coupez dos à dos les hortipl au sol.
- Vous mettez en place l'affiche centrale
 - Les plantes sont prêtes à vendre



Simplicité et
efficacité





Une offre qui capte la cible

- La cible est une femme: elle est la décideuse de 70% des achats végétaux et autres
- Les codes market sont ceux de la parfumerie
- Les stimulus market sont ceux du cadeau
- Le captage
 - Une femme moderne et extravagante qui parle à une femme
 - Les messages sont directs ou indirects mais toujours dans le champ émotionnel, du rêve, où du bien-être, ...
 - Les messages interpellent la cible
- Les produits concurrents sont ailleurs, nous sommes sur le budget plaisir et loisir du foyer. Il faut donc se battre avec de nouveaux outils. Le Carré KDO en est un.
- Le marché du végétal est compliqué, c'est le bon moment pour proposer autre chose, tester, innover, susciter des nouvelles envies



Le végétal est un
besoin secondaire



Une offre centrée autour de la notion de CADEAU

« Chaque jour, chaque instant, chaque événement, chaque rencontre peut être l'occasion d'un cadeau »

- Le cadeau pour les autres
 - Celui que l'on aime
 - Sa mère
 - Ceux que l'on n'aime pas
- Le cadeau pour soi-même
 - Sortir du quotidien
 - Se faire plaisir

Une offre
dynamique et
novatrice







Une offre économiquement performante



S09- "J'en ai marre de broyer du noir, et vous?"

 <p>Le végétal de demain</p>	Bon de commande Carré Kdo		
	Thème	J'en ai marre de broyer du noir, et vous?"	
	Semaine de livraison	9	
	Jour de livraison	26/27 Février 2015	
<p>Tel: 02 41 32 90 90 Fax: 02 41 32 90 91 Z2</p>			

Les prix sont francos de port, la PLV est incluse, les produits étiquetés avec étiquette PV et gencod
Le concept est vendu en l'état, les quantités indiquées ci-dessous ne sont pas modifiables.
En cas de nécessité, nous nous réservons la possibilité de remplacer des plantes par d'autres de valeurs similaires.

ATTENTION LES PALLETES SUPPORT Hortipal SONT CONSIGNÉES, ELLES FERONT L'OBJET D'UNE COLLECTE PAR NOS SOINS.

Désignation produit	Gencod	Ø pot	Ht plantes	Nb plantes	Prix d'achat HT	Prix de vente TTC	Coef moyen
Rosier blanc pot blanc		10,5 cm	25cm	60	2,611	4,5	1,72
Schlumbergera blanche pot blanc		14 cm	30 cm	45	4,991	7,99	1,60
Rosier grosse fleur blanc pot blanc		14 cm	25/30cm	36	3,971	6,99	1,76
Lilium blanc pot blanc Spp		19 cm	55 cm	20	8,061	13,9	1,73

Des indicateurs de vente		Commande en nombre de concept commandé	
Nombre de plantes à vendre	161		
Surface occupée au sol en m²	1,92		
Taux de démarque simulé	15%		
Coût d'achat du concept 685,57 €		Cachet du magasin	
CA en HT démarque incluse	986,31		
CA en HT au m² démarque incluse/m²	513,18		
Marge en HT démarque incluse	299,74		
Marge en HT démarque incluse/m²	156,12		
Temps passé sur le concept	20 min		
Marge sur achat (démarque incluse)	43,72%		

Une offre dynamique et novatrice

