



| DES ENSEIGNES INSPIRANTES

Les concepts de magasin Wanzl créent de nouveaux univers d'achat



| DE DÉCOUVERTE EN DÉCOUVERTE

Une expérience client
made by Wanzl



■ À Kamp-Lintfort, le magasin amiral de Würth a été entièrement repensé. Une signalétique claire, un positionnement intelligent des articles pour inciter à l'achat et des facteurs bien-être à haut potentiel émotionnel : tels sont les trois critères d'une expérience client réussie. Les concepts de magasin développés par Wanzl intègrent des exigences actuelles en matière de réagencement de concepts de magasins existants ou nouveaux afin de créer une identité visuelle harmonieuse.

Pour y parvenir, il est crucial de connaître précisément les souhaits et les besoins des groupes cibles concernés. Nous les définissons dans le cadre d'études de marché pour ensuite les prendre en compte dans la planification du design.

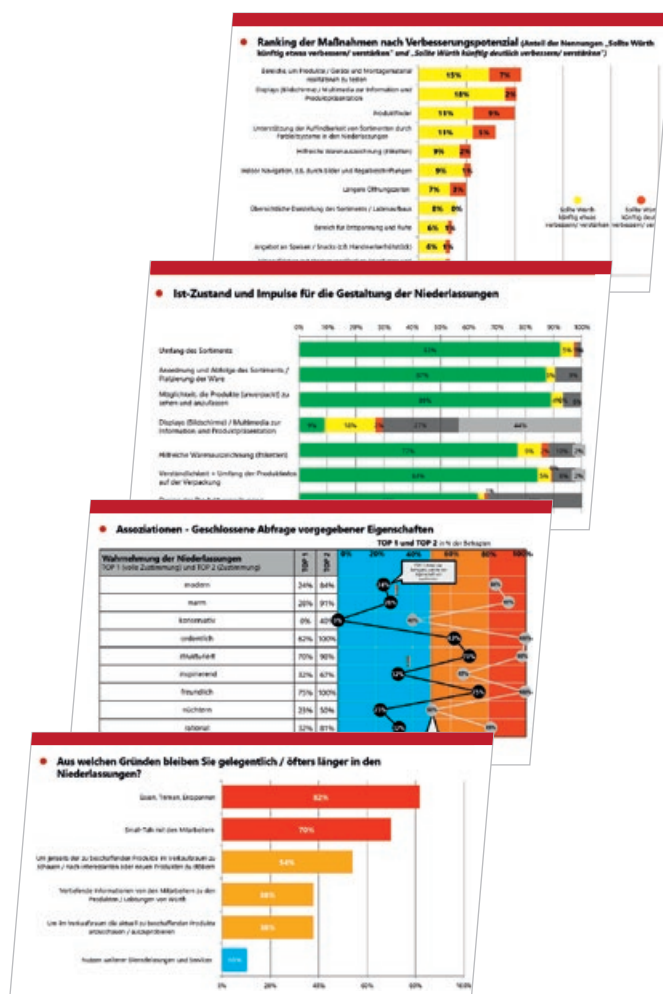
Les produits et les prestations sont alors classés dans des groupes de services et de produits répondant aux besoins des clients et ils constituent, jusqu'au passage en caisse, une série d'images et d'expériences bien vivantes. Le client ne cherche pas uniquement des produits qu'il connaît, il en découvre aussi de nouveaux !

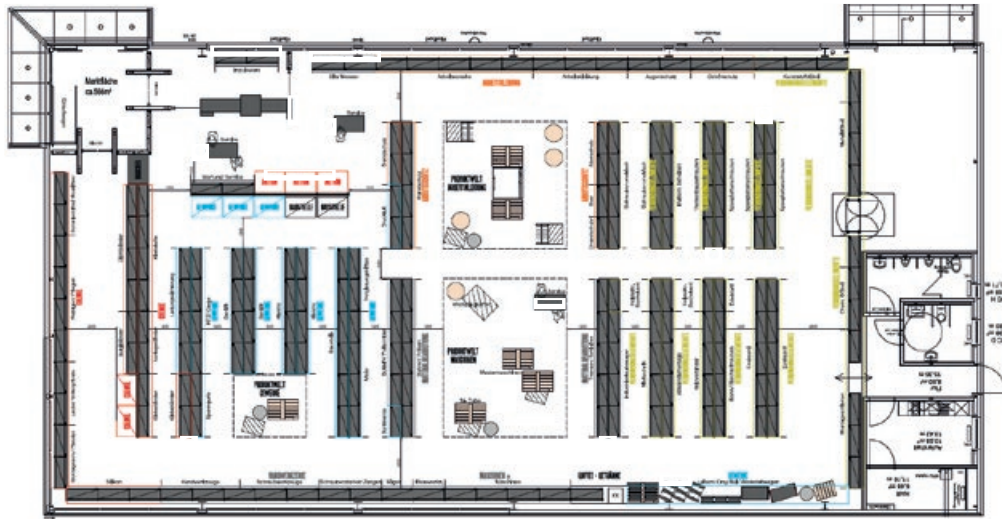
IDENTIFIER LES CLIENTS

Des analyses complètes pour des concepts cohérents

■ **Pour pouvoir répondre aux besoins** des clients, il faut d'abord les (re)connaître. Avant d'élaborer un nouveau concept, il est donc nécessaire d'effectuer une analyse approfondie du marché. Avec quelles attentes le client se rend-t-il dans le point de vente ? Qu'est-ce qui influence sa décision d'achat ? Comment peut-on compléter le parcours effectué vers l'article recherché avec des articles supplémentaires ?

L'analyse des concurrents nous fournit d'autres résultats : quels enseignements pouvons-nous en tirer et quelles sont les améliorations possibles ? Ces résultats deviennent concrets lors de l'analyse de l'assortiment : le client a alors sous les yeux une planification précise qui lui permettra de passer de son magasin actuel au tout nouveau concept !







LES ÉMOTIONS AU CENTRE DES ACHATS

Expérience client :
de l'expérience à l'inspiration

■ **Le design entièrement revisité** du magasin amiral de Würth à Kamp-Lintfort met en avant avec une grande créativité les atouts d'un concept ciblé de merchandising visuel. Faire ses achats ici ne se résume pas au processus de consommation habituel « chercher-trouver-acheter ». Au contraire, ce magasin propose à ses clients une expérience complète au cours de laquelle ils sont incités à acheter plus d'articles que prévu. Ce nouveau concept se décline autour des éléments-clés suivants : une expérience client (« séance shopping ») qui fait appel aux émotions, une présentation de l'assortiment parfaitement adaptée aux clients et une extension des prestations de services proposées.



La redéfinition de la relation acheteur-vendeur a constitué le point de départ du nouveau concept visant à la refonte du design de la filiale de Würth. Le rôle de Würth a ainsi été élargi. L'enseigne est en effet passée du simple rôle de vendeur de matériels d'assemblage et de fixation à celui de « partenaire des artisans professionnels ». En accord avec ce nouveau rôle, les articles bénéficient d'une présentation la plus élégante et dense possible dans des zones shop in shop ou dans la zone showroooming au centre du magasin. Pour cela, les couleurs et les formes du concept sont adaptées au design choisi par le client. ➤



Passer de Würth à la « Würthosphère » en quelques étapes : avec Wanzl, mettre en œuvre un concept bien pensé n'est qu'une pure formalité. De l'étude de marché à la planification de l'aménagement et du design en passant par l'analyse de la concurrence et de l'assortiment, nous proposons tous les modules de produits dont vous avez besoin pour une parfaite réalisation de votre projet.

Sélectionnez vos composants dans nos différentes gammes comprenant un grand nombre de modules d'aménagement que vous pouvez combiner comme vous le souhaitez !

↓ DES TÊTES DE GONDOLES SERVANT DE SIGNALÉTIQUE



↑ L'HARMONIE POUR PRINCIPE
→ ZONE D'ENTRÉE : « L'ARTISANAT »
COMME DEVISE





- ↑ UN CONCEPT D'ENSEIGNE ATTRACTIF
- ← UNE PRÉSENTATION DENSE DE PRODUITS –
- UNE SURFACE GÉNÉREUSE



- ↑ UNE DÉCORATION DES MURS BIEN PENSÉE



VIDÉO YOUTUBE

/ REVENEZ-NOUS VOIR !

Une zone de passage en caisse qui donne envie de revenir

■ **Le gris béton clair** choisi pour le sol et les murs offre une grande liberté pour apporter ça et là des touches personnalisées. La présentation des articles dans un look acier propose en outre un contraste vivant, tout comme la signalétique, les cadres installés au plafond et les mini-containers dans le rouge emblématique de Würth.

L'aménagement de nouveaux comptoirs de service et d'un bar à boissons offre un espace supplémentaire pour communiquer avec les clients puisqu'ils permettent aux visiteurs d'entrer en contact avec les employés de la filiale plus facilement et rapidement qu'auparavant.



- ↑ DESIGN DE L'ESPACE S'ADRESSANT AUX PROS DE L'ARTISANAT
- ZONE DE PASSAGE EN CAISSE FORMANT UNE PLATEFORME POUR LA COMMUNICATION AVEC LES CLIENTS



RENDEZ-VOUS SUR
NOTRE SITE WEB

www.wanzl.com

FRANCE

Wanzl SAS

21 rue Westrich CS 30134
67603 Sélestat Cedex

Phone +33 (0) 3 90 57 81 69

Fax +33 (0) 3 90 57 80 98

wanzl.fr@wanzl.com

www.wanzl.com



ALLEMAGNE

Wanzl GmbH & Co. KGaA

Rudolf-Wanzl-Straße 4
D-89340 Leipheim

Phone +49 (0) 82 21 / 7 29-0

Fax +49 (0) 82 21 / 7 29-1000

info@wanzl.com

www.wanzl.com

SUISSE

Wanzl (Suisse) AG

Industrie Hegi 2
9425 Thal

Phone +41 (0) 71 / 886 90 10

Fax +41 (0) 71 / 886 90 15

info.ch@wanzl.com

www.wanzl.com

BELGIQUE / LUXEMBOURG

Wanzl b.v.b.a.

Ambachtenlaan 36
Ambachtelijke zone Haasrode
3001 Heverlee

Phone +32 (0) 16 / 40 28 30

Fax +32 (0) 16 / 40 01 69

wanzl.be@wanzl.com

www.wanzl.com