



## LAVE GLACE ÉTÉ

EXOTIQUE



\* Uniquement disponible en box de 108 x 5L

REF FOREVER : 061 000 912  
EAN : 5400 191 808 181  
Quantité box : 108 x 5L

## NETTOYANT ÉCRANS



REF FOREVER : 063 000 917  
EAN : 5400 191 808 198  
Quantité display comptoir : 12 x 400mL  
Quantité display multi-produits : 120 x 400mL

FOREVER PRODUCTS s.a. 122, rue de la Glacière B-6180 COURCELLES tel. + 32 (0)71 46 85 15 [www.forever-products.com](http://www.forever-products.com)

## my light | my style

### Faites votre choix dans l'éclairage extérieur

- Des collections contemporaines et classiques
- De l'éclairage fonctionnel et décoratif
- Technologie innovatrice avec Led-puck
- Accessoires pour l'extérieur
- Prix très attrayants
- Le service EGLO



Maintenant aussi de l'éclairage professionnel:



EGLO BELGIUM S.P.R.L.  
WESTPOORT 25 | 2070 ZWIJNDRECHT | tel.: 03/250.60.80 | fax: 03/219.80.67 | [info-belgium@eglo.com](mailto:info-belgium@eglo.com)  
EGLO SHOWROOM | INNOVATIEPARK 20 | 4906 AA | OOSTERHOUT (NB) | PAYS-BAS

# UNE VASTE GAMME POUR DIFFERENTES APPLICATIONS

L'OFFRE DE NETTOYANTS POUR VOITURES PROPOSE UN NETTOYAGE COMPLET AU CLIENT

Actuellement, les usagers de voitures s'occupent de plus en plus eux-mêmes du nettoyage de leur véhicule. Si certains optent pour la solution facile en allant au carwash, d'autres préfèrent acheter des produits qui garantissent un résultat identique, voire meilleur. Il n'est pas rare que le magasin de bricolage, qui propose une vaste gamme pour diverses applications, soit l'endroit où les consommateurs recherchent des produits plus innovants. Cet article vous présente un aperçu de ces produits ainsi que la présentation et la promotion de ceux-ci, afin de répondre encore mieux aux attentes de votre client.

## Bart De Moor

### DIFFERENTS PROFILS

Les usagers de voitures n'ont pas tous la même affinité pour leur véhicule. Certains se contentent d'un entretien de base, d'un carwash ou d'un nettoyage rapide, tandis que d'autres passent des heures à l'entretien ou à la remise à neuf de leur bolide adoré. Les deux profils ont une chose en commun: pour laver leur voiture, ils ont besoin de produits nettoyants adaptés.

### Différenciation

Comme pour les autres groupes de produits, l'offre des nettoyants pour voitures peut être différenciée selon le profil. Ainsi, certains consommateurs s'identifient au segment basique. Ces derniers essaient de tirer le meilleur parti de l'achat en tenant également compte du prix. En revanche, d'autres ne veulent que les meilleurs produits et ont donc plutôt tendance à acheter des

nettoyants de première qualité. En présentant une offre variée et un rapport prix-qualité qui se décline en trois niveaux (bien, mieux, meilleur), vous offrez à votre client un choix adapté à ses besoins.

### OFFRE

L'offre très étendue est composée de produits d'entretien et de protection pour tous les composants de la voiture. Voici un aperçu de l'offre:

- **intérieur:** nettoyants intérieur universels, nettoyants pour tissus, nettoyants pour cuir, sprays cockpit;
- **extérieur:** shampoings, produits de lustrage, cires, nettoyants pour pneus, nettoyants pour jantes, nettoyants pour vitres, nettoyants pour chrome et métal, rénovateur plastique noir, cabrio cleaners (nettoyant capotes), kits de restauration, nettoyants spécial insectes, dissolvants de résine;

- **accessoires:** éponges, brosses pour jantes, gants de lavage, peaux de chamois, chiffons microfibrés;
- **jantes et pneus:** nettoyants, dégraissants, nettoyants pour pneus;
- **produits lave-glace**
- **produits d'hiver:** grattoirs à glace, dégivrateurs de serrures, liquides de dégivrage, éponges anti-buée, ...

### Prévoir un stock

La vente de produits de nettoyage culmine souvent au printemps, pour éliminer la saleté de l'hiver, mais aussi en automne pour préparer la voiture à l'hiver.

Voilà pourquoi il est recommandé de prévoir un grand stock de produits saisonniers afin de faire face à ces pics de vente.

### SEGMENTATION EN MAGASIN

L'offre peut être répartie au moyen de différentes méthodes.

### Selon l'utilisation et la marque

Une première possibilité est de segmenter les groupes de produits verticalement selon le type d'utilisation. Au sein des différents groupes de produits (intérieur-extérieur-accessoires), les sous-groupes peuvent être segmentés verticalement (les produits pour l'intérieur peuvent être répartis en nettoyants pour tissus, nettoyants pour plastique, sprays cockpit, etc.). Ensuite, il est possible de procéder à une segmentation horizontale par marque (prix le plus bas, marques B, marques A, marques premium). L'avantage de ce type de segmentation est que le consommateur a un aperçu rapide des groupes de produits et trouve vite le produit qui correspond à ses attentes.

### Selon la marque et l'utilisation

Un autre moyen pour répartir la vaste gamme de nettoyants pour voitures est de segmenter d'abord verticalement selon la marque

### Produits saisonniers

Comme nous l'avons déjà dit, la vente de nettoyants pour voitures dépend en partie de la saison. En hiver, le

consommateur n'achète pas certains produits, parce qu'il lave moins souvent sa voiture. Les produits typiques pour l'hiver comme les liquides de dégivrage, les produits lave-glace se vendent évidemment très bien en cette période. Au printemps et en été, les articles les mieux vendus sont l'airco cleaner et les nettoyants spécial insectes.



Il est recommandé de regrouper les produits qui génèrent ensemble un meilleur résultat



Autoglym regroupe les produits pouvant être utilisés de manière combinée





## Cinq questions sur les nettoyeurs pour voitures

En cherchant les produits adaptés à leurs besoins, les clients posent beaucoup de questions auxquelles le personnel du magasin doit pouvoir formuler une réponse appropriée. Voici les cinq questions les plus souvent posées:

- 1 Quel shampoing convient le mieux pour la laque de ma voiture?
- 2 Est-ce qu'un produit de lustrage permet d'éliminer les rayures?
- 3 Quel produit convient pour éliminer les taches tenaces sur les tissus?
- 4 Comment éliminer les taches sur les surfaces en plastique?
- 5 Puis-je ajouter du produit lave-glace pour l'hiver au lave-glace ordinaire?

et puis segmenter selon le type d'utilisation au sein de la marque. Le client choisit alors entre les produits les moins chers, les marques A et les marques premium.

### PRESENTATION

Comme les consommateurs ne sont généralement pas fidèles à une marque – bien qu'il y ait des exceptions avec ceux qui ne jurent que par une seule marque après avoir obtenu les résultats souhaités, certains fabricants essaient de convaincre le détaillant de faire une segmentation du rayon en fonction de l'utilisation, au lieu de la marque. Pour ce faire, il faut prévoir des panneaux pour les étagères et les rayons.

Par ailleurs, plusieurs fabricants utilisent des couleurs pour distinguer les différents produits proposés. Ces couleurs peuvent être reprises dans les bandes de rayonnage et les panneaux. Par exemple, le vert pour nettoyer à l'intérieur et le rouge à l'extérieur.

Et afin de pouvoir distinguer les marques dans chaque groupe de

produit, les shelf dividers et shelf strips peuvent apporter la solution.

### Positionnement en magasin

Idealement, les nettoyeurs pour voitures sont présentés près des produits techniques pour voitures comme les huiles ou les accessoires. Quant aux produits saisonniers, ils sont présentés de préférence près de l'entrée pour que le client se souvienne tout de suite de l'utilité de ces produits. Pour attirer davantage l'attention sur ces produits, vous pouvez les présenter en tête de rayon ou dans un îlot promotionnel.

### Vente croisée

Le client recherche non seulement des nettoyeurs pour voiture, mais aussi des accessoires pour utiliser les produits correctement, comme des chiffons antistatiques, des éponges spéciales, des brosses, des gants de lavage, des tampons de lustrage, des chiffons de séchage, etc. Voilà donc pourquoi il est intéressant de présenter ces accessoires près des produits en question. D'autre part, quand un produit A rapporte un meilleur résultat, lorsqu'il



Sonax utilise des couleurs pour diviser la gamme

est combiné à un produit B, il est recommandé de les présenter ensemble dans un présentoir ou dans le rayon en y ajoutant les illustrations et informations correspondantes.

### PROMOTION

Afin de stimuler la vente des nettoyeurs pour voitures, les fabricants disposent de différentes solutions créatives. Des actions promotionnelles sont conseillées:

- en lançant de nouveaux produits;
- en pratiquant la vente croisée, c'est-à-dire: informer que le produit A offre le meilleur résultat, s'il est combiné au produit B;
- en proposant des produits saisonniers.

N'hésitez donc pas à demander le soutien nécessaire au fabricant.

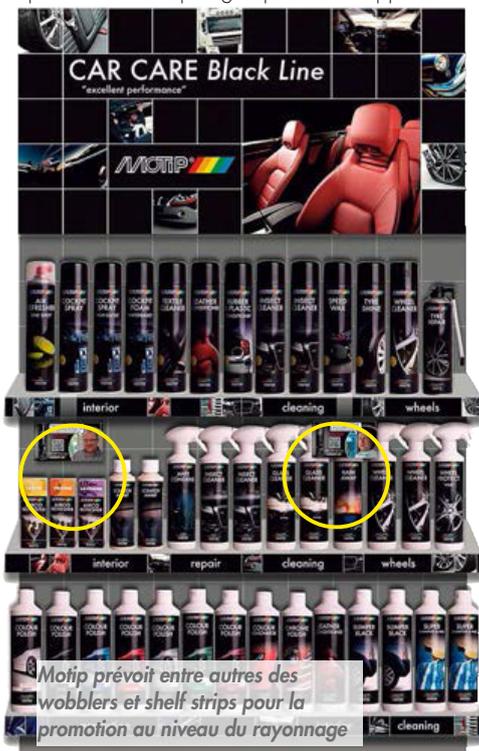
### Matériel PLV

Les différents médias permettent d'attirer l'attention du consommateur, par exemple lors du lancement d'un nouveau produit. Dans ce cas, l'utilisateur potentiel du nouveau produit veut voir à quelles fins et comment

ce produit peut être utilisé. C'est d'ailleurs pour cette raison que les fabricants proposent du matériel PLV, avec un écran intégré pour les vidéos d'instruction, mais aussi par exemple un plan par étapes illustré. Pour présenter des informations au niveau du rayon, les fabricants proposent une panoplie de matériel de promotion: wobblers, écrans d'information, shelf strips, séparateurs, panneaux thématiques, ... Et ailleurs dans le magasin, on peut mettre des standees, présentoirs, affiches de promotion, stickers de fenêtre et de sol, brochures, etc.

### Démonstrations

En faisant la promotion de nouveaux produits, il est important que le consommateur voit la différence par rapport aux 'anciens produits' et comment les utiliser correctement. Voilà pourquoi les fabricants organisent régulièrement des démonstrations en magasin pour illustrer les applications du produit et montrer les résultats. N'hésitez par conséquent pas à contacter les fabricants. □



Carossi met des présentoirs mobiles à votre disposition