

Bonjour et bienvenue à la vidéo de démonstration du programme de merchandising de l'exercice 26.

00:05

Je m'appelle Karen Aucoin.

00:06

Je suis la gestionnaire du marketing et du merchandising d'ANBL. - Je m'appelle Christina Hunter, et je suis coordonnatrice du merchandising chez ANBL.

00:16

Christina et moi allons vous montrer quelques diapositives illustrant quelques changements qui auront lieu au cours de l'exercice 26.

00:26

Christina va également montrer la manière de faire une réservation sur Gateway dans le cadre des nouveautés.

00:34

Je vais donc commencer par partager mon écran.

00:38

Et passer en revue quelques courtes diapositives.

00:43

Très bien.

00:44

Cette première diapositive illustre donc nos nouvelles périodes de présentation des états financiers, ainsi que les deux volets de programmation et les périodes de merchandising, et leur corrélation avec nos exercices.

00:58

À gauche se trouvent donc nos périodes de présentation des états financiers de l'année pour l'exercice 26.

01:04

À partir du 31 mars 2025 et jusqu'au 29 mars 2026, chaque exercice

01:11

commence le lundi et se termine le dimanche. Il dure quatre ou cinq semaines.

01:22

Notre premier volet de programmation relèvera de ce qu'on appelle les programmes de marchandisage et ces périodes de marchandisage seront bimestrielles ou par exercice.

01:33

Chacune de ces périodes de marchandisage comprendra donc deux exercices et durera huit ou neuf semaines.

01:43

J'ai également inclus quelques thèmes ici pour vous montrer comment, grâce à notre soutien de marchandisage amélioré, nous allons considérer les thèmes et la pertinence saisonnière, et lier une approche thématique à ces périodes de marchandisage. Puis, à droite,

02:02

nous avons notre deuxième volet de programmation, nos aubaines mensuelles, qui s'aligneront directement sur nos exercices pour une durée de quatre ou cinq semaines.

02:14

Voici les nouvelles périodes de marchandisage et comment elles s'emboîtent.

02:20

D'accord.

02:20

Alors, dans la diapositive suivante,

02:22

nous comparons l'ancien et le nouveau.

02:25

Nous avons donc créé un tableau affichant les anciens noms de tous les programmes de présentoir de marchandisage, ainsi que les nouveaux noms.

02:35

Les anciens noms se trouvent donc sur la première ligne, tandis que les deuxième et troisième lignes contiennent les nouveaux noms.

02:44

Classés en fonction du volet de programmation duquel ils relèvent, ceux en rose sont les programmes de marchandisage bimestriels et ceux en vert correspondent à notre programmation d'aubaines mensuelles.

02:58

Les emplacements en noir 1 et 2 vont désormais s'appeler « exhibit » ou « présentation ».

03:04

Le présentoir et l'étalage de présentation seront situés au cœur du magasin, c'est-à-dire en plein centre du magasin, dans cette allée centrale, et ce sera le présentoir le plus grand et le plus visible de l'espace chaud.

03:20

Les présentoirs Platine seront désormais appelés « présentoirs de l'allée centrale ».

03:25

Et ces présentoirs de l'allée centrale seront placés juste au centre des emplacements du magasin.

03:32

Les emplacements Diamant seront appelés « présentoirs d'entrée » et il y aura un ou deux présentoirs d'entrée dans chaque magasin.

03:40

L'objectif est qu'ils soient visibles dès l'entrée

03:45

dans le magasin.

03:48

Les présentoirs Or seront remplacés par ce qu'on appelle des « présentoirs intérieurs à l'extrémité du rayonnage », qui seront disposés au fond de l'intérieur du magasin et feront face aux présentoirs Argent et Bronze de l'allée centrale.

04:08

Ils seront remplacés par ce qu'on appelle des « présentoirs extérieurs à l'extrémité du rayonnage ».

04:12

Ces présentoirs extérieurs à l'extrémité du rayonnage seront installés sur le périmètre extérieur des magasins.

04:19

La Super allée sera supprimée.

04:22

Les reprises de porte réfrigérée de détail ne changeront pas.

04:26

Les présentoirs à l'entrée de la chambre froide restent inchangés, de même que les présentoirs pour les achats impulsifs à la caisse et les glacières aux caisses.

04:37

Les espaces bleus 1 à 4 seront désormais appelés nos « présentoirs à l'extrémité du rayonnage en chambre froide ».

04:43

La présentation de bière domestique sera supprimée.

04:47

Les présentoirs de rafraîchissements haut de gamme seront remplacés par ce qu'on appelle des « présentations proéminentes en chambre froide », et il y en aura deux.

04:56

Il est important de souligner que les présentations proéminentes en chambre froide peuvent être placées à l'un des deux endroits possibles, en fonction de la configuration du magasin.

05:06

Elles seront donc soit

05:08

face à vous lorsque vous traverserez les portes de la chambre froide, à gauche et à droite, soit adjacentes aux portes coulissantes de la chambre froide, également à votre gauche et à votre droite.

05:21

Ensuite, nous avons les présentoirs du canal des magasins de franchise.

05:24

Nous poursuivons avec les présentoirs A1 et A2.

05:29

Ceux-ci ne seront disponibles que dans nos points de vente de franchise de premier niveau.

05:33

Enfin, il y a les affiches autocollantes pour fenêtres.

05:36

Les affiches autocollantes pour fenêtres seront toujours disponibles dans 15 de nos meilleurs points de vente de toute la province.

05:42

Nous avons essayé de leur donner des noms très littéraux afin que vous sachiez exactement à quoi vous attendre

05:49

en ce qui concerne l'endroit où ces éléments seront placés dans le magasin.

05:53

La diapositive suivante a pour but de vous montrer comment tout cela va se mettre en place dans un magasin.

06:00

Nous vous proposons donc un exemple de configuration d'un magasin.

06:05

Il se trouve que c'est le magasin 48, qui se trouve à Moncton-Nord, et nous avons indiqué

06:10

l'emplacement de tous les présentoirs en les codant par couleur selon le volet de programmation... Ce que vous voyez en violet rosâtre, ce sont nos programmes de merchandisage.

06:21

Il s'agit des périodes bimestrielles de merchandisage et ce que vous voyez en vert, ce sont les aubaines mensuelles qui sont alignées sur nos exercices mensuels.

06:32

Ensuite, en bleu clair, on trouve ce qu'on appelle le stock disponible, qui correspond aux décisions prises en permanence par l'ensemble de la chaîne de valeur.

06:46

Donc, la catégorie, le canal de merchandisage, la chaîne d'approvisionnement, tout travaillera de concert au sein de la chaîne de valeur pour déterminer

06:53

ce dont nous avons besoin pour remplir ces présentoirs particuliers et les décisions seront fondées sur des priorités stratégiques.

07:00

Il peut s'agir, par exemple, de problèmes de surstock ou des UGS de mise en liste unique (U) qui doivent être supprimées, etc.

07:07

Je vais donc passer rapidement en revue les présentoirs que vous avez sous les yeux.

07:12

Nous avons une légende à gauche pour expliquer les acronymes.

07:16

Le premier que je citerai est notre étalage de présentation, qui se trouve au cœur du magasin.

07:27

Ensuite, nous avons les présentoirs d'entrée ED1 et ED2 qui doivent être visibles dès que vous entrez dans le magasin.

07:36

Et puis il y a les présentoirs intérieurs à l'extrémité du rayonnage.

07:39

Ceux-ci se trouvent donc à l'intérieur des extrémités des présentoirs, en face de l'allée centrale.

07:44

Dans ce magasin, il y en a sept.

07:49

Nous avons ensuite nos présentoirs de l'allée centrale.

07:52

Il s'agit donc des quatre installations qui seront réalisées dans l'allée centrale du magasin.

08:00

Il y a ensuite nos présentoirs de l'entrée de la chambre froide, c'est-à-dire les deux présentoirs situés de part et d'autre de l'entrée de la chambre froide.

08:08

Ensuite, à l'intérieur de la chambre froide, nous avons nos présentoirs proéminents de la chambre froide, qui se trouveront à l'un des deux endroits suivants :

08:17

face à vous lorsque vous franchirez les deux portes coulissantes de la chambre froide ou adjacents aux portes coulissantes de chaque côté.

08:26

Puis, pour les aubaines

08:28

mensuelles, les présentoirs verts, nous avons nos présentoirs extérieurs à l'extrémité du rayonnage, qui se trouvent eux aussi sur le périmètre extérieur du magasin.

08:37

Il y a donc quatre présentoirs extérieurs complets à l'extrémité du rayonnage et nous avons également deux demi-présentoirs à l'extrémité du rayonnage qui seront disponibles.

08:48

Nous avons également des présentoirs de portes réfrigérées de détail; donc ceux-ci sont les deux reprises de porte réfrigérée de détail.

08:56

Puis, nos présentoirs des glacières aux caisses ainsi que nos présentoirs pour les achats impulsifs à la caisse qui seront mis en place tous les mois.

09:03

Nous avons aussi des présentoirs à l'extrémité du rayonnage de la chambre froide.

09:07

Vous pouvez les voir en vert à l'intérieur de la chambre froide où ils seront placés et, une fois encore, dans les stocks disponibles, qui seront des décisions stratégiques prises en permanence par l'ensemble de la chaîne de valeur.

09:21

J'espère que cela vous donne une bonne idée de la façon dont la programmation s'effectuera dans l'environnement de nos magasins.

09:28

Je laisse maintenant la parole à Christina, qui va vous faire une démonstration sur la manière de réserver la programmation sur Gateway.

09:36

Comme je l'ai dit tout à l'heure, je m'appelle Christina Hunter et je vais vous expliquer comment faire

09:42

la réservation d'un programme de merchandising ainsi qu'une réservation

09:45

de l'exercice sur Gateway.

09:47

Maintenant que nous avons lancé les nouveaux changements pour l'exercice 26, je vais partager mon écran.

09:55

Très bien, donc voici Gateway, comme vous le connaissez tous, et nous allons nous lancer directement dans la maintenance des réservations ici.

10:08

Comme tout le monde le sait, il peut aussi être assez lent, et donc il faut être patient.

10:14

Une fois sur la page principale, vous allez ajouter une réservation comme vous le feriez normalement.

10:21

Tout ce qui a changé, ce sont les noms des programmes et les deux volets de la programmation, comme Karen l'a expliqué.

10:28

Nous avons donc notre bimestriel, qui va avec nos programmes de merchandisage, et notre mensuel, qui va avec nos exercices.

10:35

La manière dont vous pourrez connaître la différence entre ces programmes et ce que vous êtes en train de réserver

10:40

est la présence d'un « MP » (PM) ou d'un « FP » (PF) à côté du programme.

10:45

Vous saurez donc quels sont les programmes qui relèvent de l'une ou l'autre catégorie.

10:50

Pour cet exemple, je vais choisir notre étalage de présentation, qui fait partie de notre programme de merchandisage.

10:56

Celui-ci sera donc bimestriel pour une durée d'environ huit ou neuf semaines, en fonction du merchandisage auquel

11:02

il appartient.

11:03

Vous allez donc d'abord cliquer sur « Exhibit Display » (étalage de présentation) sous « POS Material » (documentation du PDV).

11:07

Cela va afficher tous les actifs du PDV accompagnant ce

11:11

présentoir que nous créerons nous-mêmes, à moins que votre équipe ne souhaite en assurer la création.

11:17



Une fois que nous aurons passé la documentation du PDV, nous passerons aux groupes en bas.

11:22

Pour l'objet de votre réservation... Pour « Call out » (demande), nous allons choisir le niveau de présentation.

11:28

À partir de là, les dates vont remplir les réservations que vous souhaitez effectuer.

11:33

Je vais choisir celles du merchandising

11:36

qui s'étendent du 31 mars 2025 au 25 mai 2025.

11:42

Ensuite, vous ne verrez plus que votre représentant en alcools, disponible ici.

11:46

Je peux voir ceux de tout le monde.

11:47

Pour les besoins de cette démonstration, je vais choisir « ADL ».

11:53

Et votre statut sera automatiquement réglé à « Call out ».

11:56

Vous n'avez donc pas à faire quoi que ce soit ici.

11:59

Ensuite, vous verrez votre coût groupé, c'est-à-dire combien ce présentoir coûte pour ce merchandising particulier.

12:04

Une fois que nous avons passé le coût groupé, nous arrivons à la section des commentaires de Gateway, où vous allez mettre vos commentaires par rapport à n'importe quelle

12:13

programmation que vous cherchez à mettre en œuvre... Cela peut ne pas correspondre à votre valeur ajoutée.

12:18

Cela peut correspondre à votre valeur ajoutée, à une offre à durée limitée (ODL) ou à une offre groupée.

12:22

La seule chose que je mentionnerai est que si vous réservez...

12:27

n'importe quel programme que vous envisagez d'utiliser, il doit également fonctionner pour toute la durée du marchandisage.

12:33

Il ne peut donc s'agir d'une période d'un mois pour ce qui est de l'exercice; il doit s'appliquer à l'ensemble du programme de marchandisage.

12:39

Par conséquent, si vous réservez un étalage de présentation, quelle que soit l'ODL ou l'offre groupée que vous utilisez, ce sera également valable pendant ces huit ou neuf semaines.

12:46

Une fois que vous aurez atteint la section de vos commentaires, vous n'aurez qu'à entrer « Save 250 » (réserver 250) ou tout autre chiffre que vous souhaitez utiliser avec cela,

12:53

ensuite, vous allez copier

12:57

ce commentaire dans toutes les cases pertinentes.

13:00

Donc, les cases pertinentes les plus importantes sont les commentaires, les commentaires du siège social, le guide d'exécution, le texte de conception et les notes du concepteur.

13:11

Ceci garantit que tous les rapports que nous établissons de notre côté sur Gateway affichent ces commentaires.

13:16

Si l'une de ces cases est manquante, les commentaires risquent de ne pas être pris en compte lors de l'établissement des rapports après la fin de la demande.

13:22

Il est donc très important de remplir toutes ces cases pertinentes afin que nous sachions quelle promotion vous souhaitez mettre en œuvre.

13:27

Encore une fois, si vous organisez un concours ou une offre groupée, vous pouvez mettre n'importe quels commentaires

13:31

qui soient liés à ce concours ou à cette offre groupée, ou encore à la valeur ajoutée des boissons non alcoolisées.

13:37

Une fois que vous avez terminé vos commentaires, vous allez descendre jusqu'à nos profils de clients, qui sont maintenant nos segments de clientèle.

13:43

Cette catégorie, en bas, est obligatoire.

13:45

Nous demandons donc à chacun d'entre vous, une fois que vous aurez rempli la section des commentaires de votre réservation,

13:51

de cocher le segment de clientèle auquel vous pensez que cette offre correspond le mieux afin que nous puissions planifier

13:57

nos programmes de marchandisage en conséquence, et si nous pensons qu'elle devrait s'adresser à un autre segment de clientèle, nous pouvons en discuter, mais nous aimerions que vous choisissiez le segment de clientèle auquel vous pensez que cette offre s'adresse le plus.

14:09

Et vous n'êtes pas limité à un seul.

14:11

Si vous pensez que l'« Experiential Entertainer » (expérience amusante) et le « Polish Planner » (planificateur perfectionné) doivent être choisis, vous pouvez cliquer sur les deux.

14:17

Cela nous permet de comprendre ce que vous pensez lorsque vous choisissez d'utiliser ce présentoir et ce programme.

14:25

Une fois que vous y êtes et que vous avez choisi votre profil de clientèle, c'est là que nous pouvons ajouter les biais de ce que vous cherchez à utiliser.

14:32

Vous allez donc cliquer sur « Add Detail » (ajouter un détail), comme d'habitude.

14:36

Ensuite, vous allez choisir votre produit.

14:38

Pour cela, je vais me contenter d'écrire « Placeholder » (espace réservé).

14:43

Et comme d'habitude, votre UC, votre taille, votre valeur au détail, tout cela s'affichera dès que votre produit apparaîtra.

14:51

C'est ici que vous allez indiquer toutes vos prévisions de vente en caisses en lien à cette promotion.

14:58

Donc, hypothétiquement, nous écrivons « 30 » et maintenant, ces super-aubaines de magasins de franchise.

15:03

Les boîtes promotionnelles des titulaires de permis n'ont pas à être remplies.

15:06

Auparavant, elles étaient obligatoires.

15:09

Mais comme vous le lirez dans notre guide de merchandising, ces programmes ont changé.

15:14

Il n'est donc plus obligatoire de remplir ces cases.

15:17

Vous pouvez donc les ignorer et cliquer sur « Save and close » (sauvegarder et fermer).

15:22

Alors, une fois que votre réservation de l'étalage

15:23

de présentation est terminée et vous avez rempli toutes les sections pertinentes des commentaires, les profils de clientèle et vos UGS,

15:30

vous pouvez cliquer ici sur « Save » (sauvegarder), ce qui l'enverra directement à notre service de demandes.

15:35

Une fois que les demandes prendront fin, comme d'habitude, nous examinerons toutes les réservations et nous les approuverons en conséquence.

15:40

C'est ainsi que l'on peut réserver un programme de marchandisage.

15:44

Jouons maintenant au jeu.

15:47

Très bien.

15:47

Donc, une fois que vous avez réservé votre présentoir, si vous avez exécuté une ODL, une valeur ajoutée pour l'alcool ou une offre groupée, ou autre, une fois que le présentoir est réservé, vous devez également réserver la programmation du rabais correspondante, comme lors de l'exercice 25, juste avant de réserver une ODL.

16:07

Pour une promotion à court terme, il fallait les ajouter séparément.

16:10

C'est la même chose maintenant, c'est juste un peu différent visuellement.

16:14

Vous allez donc ajouter une réservation comme d'habitude et, parce que vous avez réservé un étalage de présentation qui s'inscrit dans les programmes de marchandisage, qui sont exécutés tous les deux mois, vous allez choisir

16:25

l'un des programmes qui ont la mention « MP » à côté.

16:29

Il est donc très clair que le programme de marchandisage est bimestriel et que les dates correspondent.

16:35

Si vous deviez réserver un programme d'exercice, ce serait « fiscal »

16:38

ici et je vous montrerai cela plus tard.

16:40

Donc, pour poursuivre avec le présentoir correspondant, je choisirais donc

16:45

« full LTO MP » (PM ODL complet).

16:47

Ce qui remplit automatiquement les jours des périodes de merchandising ici.

16:50

J'ai donc réservé pour « MP1 » (PM1).

16:51

C'est donc celui-là que nous allons choisir.

16:53

Nous choisissons notre emballage de boissons alcoolisées ou la personne pour laquelle vous travaillez et, une fois de plus, le statut sera « Call out » (demande) ici, de sorte que vous n'avez pas besoin de faire quoi que ce soit et, ensuite, vous n'avez qu'à remplir les commentaires de ce que le

17:07

TOS, exactement le même que l'étalage de présentation, vous sélectionnez « Save

17:13

50 » (réserver 50).

17:18

Ensuite, vous le copiez dans les mêmes champs que précédemment.

17:23

Donc, les commentaires du siège social, du guide d'exécution, du texte de conception et des notes du concepteur.

17:29

D'accord.

17:29

Une fois que vous aurez terminé vos commentaires ici, vous choisirez votre profil de clientèle et celui-ci devra correspondre au profil ou au segment de clientèle que vous avez choisi pour l'étalage de présentation.

17:37

Donc, si vous avez l'« Experiential Entertainer » (expérience amusante), choisissez-le à nouveau, ou un autre.

17:41

Si vous en choisissez deux ou trois, choisissez les mêmes.

17:45

Et à partir de là, vous allez ajouter les mêmes biais que ceux que vous auriez

17:49

ajouté pour l'étalage de présentation. Donc, dans tous les cas, vous les saisissez comme d'habitude.

17:55

Sauvegardez et fermez, et c'est tout.

17:58

Ensuite, vous le sauvegardez et il s'aligne parfaitement sur l'étalage de présentation. C'est ainsi que vous réservez le programme en combinaison avec n'importe quel présentoir.

18:08

Très bien, la prochaine réservation que je vous expliquerai sera celle de notre deuxième volet de programmation, soit nos offres des exercices mensuels.

18:17

Comme vous l'avez vu dans la vidéo précédente, Karen vous a montré les différents volets de programmation et les présentoirs qui vont avec chacun d'entre eux.

18:28

Pour cet exemple, je choisirai donc le présentoir extérieur et un présentoir qui correspond à un programme mensuel.

18:37

À partir de là, comme nous l'avons fait pour l'étalage de présentation, nous allons choisir le présentoir extérieur et le niveau huit.

18:43

Nous n'allons pas choisir l'affichage des numéros que vous recherchez, car ils ne s'afficheront pas pour l'instant.

18:49

Nous choisirons donc le niveau, puis les dates correspondant à un programme que vous souhaitez réserver et, enfin, votre alcool.

18:58

Comme d'habitude, le statut passera à « Call out »; donc, vous n'avez rien à faire à ce niveau, et ensuite vous avez également le coût groupé comme normalement.

19:05

Ainsi, comme nous l'avons fait pour l'étalage de présentation, entrez la programmation que vous souhaitez mettre en œuvre pour le présentoir extérieur à l'extrémité dans les commentaires ici.

19:13

La seule différence réside dans le fait qu'il s'agit de programmes mensuels plutôt que bimestriels en cours comme les programmes de merchandising.

19:21

Supposons que nous fassions la même chose que précédemment.

19:24

« Save 50 » (réserver 50).

19:29

Et nous allons le copier dans les mêmes champs pertinents.

19:35

Encore une fois, la segmentation de votre clientèle, quel que soit le segment de clientèle que vous cherchez à attirer, est obligatoire.

19:41

Nous vous demandons donc de choisir celui qui le trouvera le plus attirant ou plusieurs possibilités favorables.

19:48

Puis, comme d'habitude, ajoutez des détails.

19:52

Une fois que vous avez terminé, vous pouvez cliquer sur « Save » (sauvegarder) et le message sera envoyé à notre service des demandes.

19:58

Ainsi, une fois que nous avons terminé la réservation des présentoirs extérieurs à l'extrémité du rayonnage et des présentations, nous devons ensuite réserver l'ODL correspondante.

20:05

Donc, pour celui-ci...

20:07

Comme nous l'avons fait pour les programmes de merchandising, nous allons maintenant faire les périodes de présentation des états financiers pour nous assurer qu'elles correspondent aux exercices, c'est-à-dire aux ODL mensuels.

20:18



Vous verrez ensuite les dates s'afficher ici et vous verrez qu'elles commencent à partir du

20:23

3 mai... oh! pardon... du 31 mars 2025 au 27 avril 2025. Comme d'habitude, vous ajoutez les commentaires, votre segment de clientèle et vos biais ici, en bas.

20:34

Voilà donc comment remplir un présentoir mensuel par rapport à un programme de merchandisage. Si vous avez des questions,

20:44

vous pouvez toujours contacter Karen ou moi-même, mais c'est tout pour ceux-là.

20:49

Merci beaucoup et bonne journée.