

Stage Marchandisage Visuel

vanessabruno

Sommaire

A) Identité, informations juridiques et économiques de l'entreprise. (p.1)

- Identité de l'entreprise. (p.2)
- Information juridiques et économiques. (p.3)

B) Organisation de l'entreprise. (p.4)

- Organigramme de l'entreprise. (p.5)
- Plan de l'entreprise et caractéristiques de l'entreprise. (p.6)

C) Localisation et Concurrence. (p.7)

- Localisation. (p.8)
- Concurrence. (p.9)

D) Service clients et communications. (p.10)

- Services rendus à la clientèle. (p.11)
- Communications médias et hors média. (p.12)

E) Présentation du services. (p.13)

- Organisation du service. (p.14)
- Plan des zones d'interventions et caractéristiques techniques. (p.15)
- Assortiment Produits. (p.16)

F) Activité 1

- Présentations générales
- Compétences mise en œuvres

G) Activité 2

- Présentations générales
- Compétences mise en œuvres

H) Conclusion Personnelle

I) Glossaire

J) Annexe

- Bon Marché patches
- Bon Marché Boutique
- Siège social Showroom (1)
- Siège social Showroom (2)
- Printemps Boutiques et accessoires

(p.17)

(p.18)

(p.19)

(p.20)

(p.21)

(p.22)

(p.23)

(p.24)

(p.25)

(p.26)

(p.27)

(p.28)

(p.29)

(p.30)



A) Identité, informations juridiques et économiques de l'entreprise.

Identité de l'entreprise

- La première Boutique Vanessa Bruno a été ouverte en 1998 à Paris

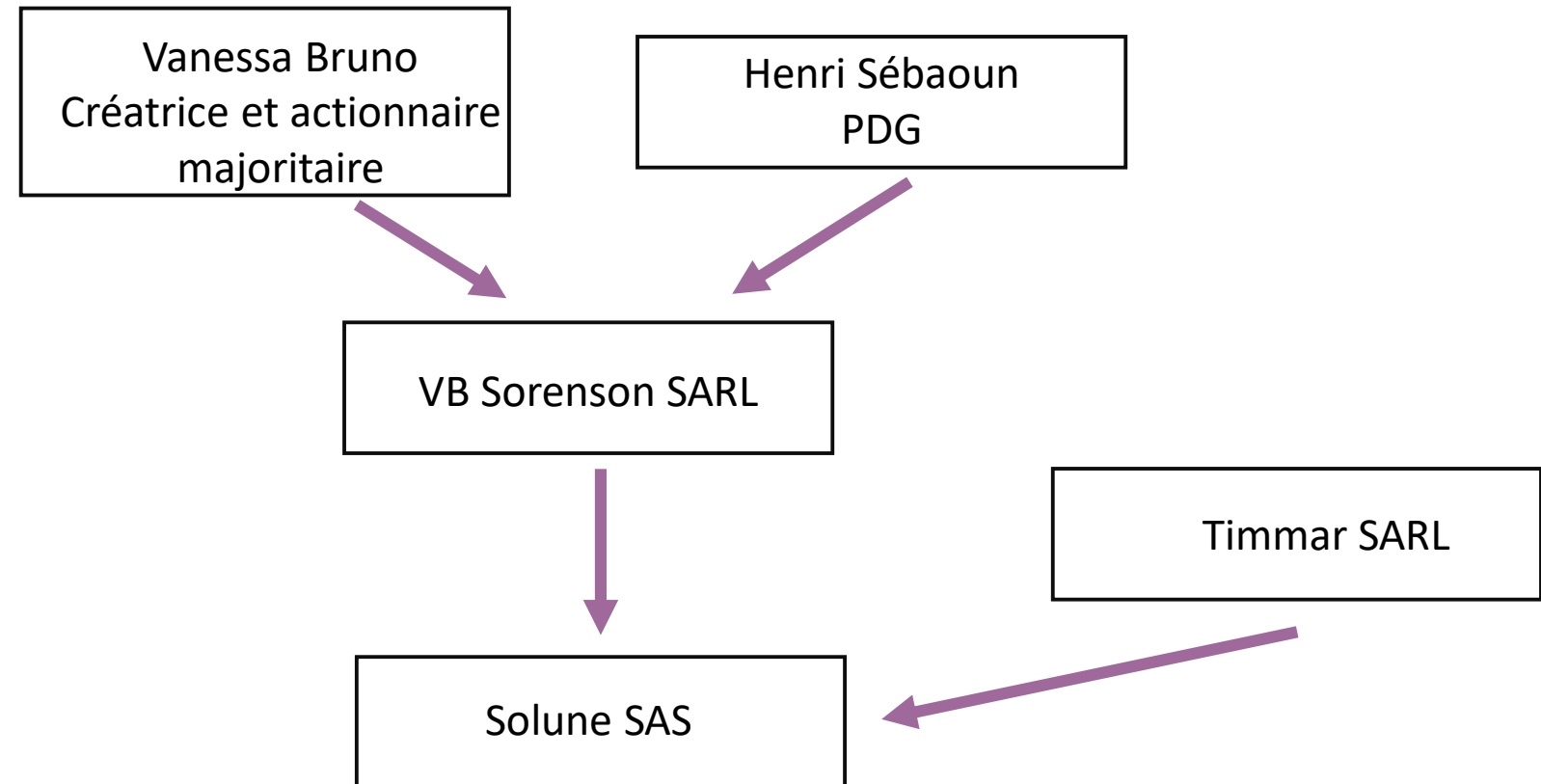
Lors de mon stage je suis allé dans l'entreprise Vanessa Bruno, ce stage s'est déroulé durant une grande partie au siège social qui se trouve au 8 Rue de la Pierre levée 75011 Paris 11.

Information juridiques et économiques

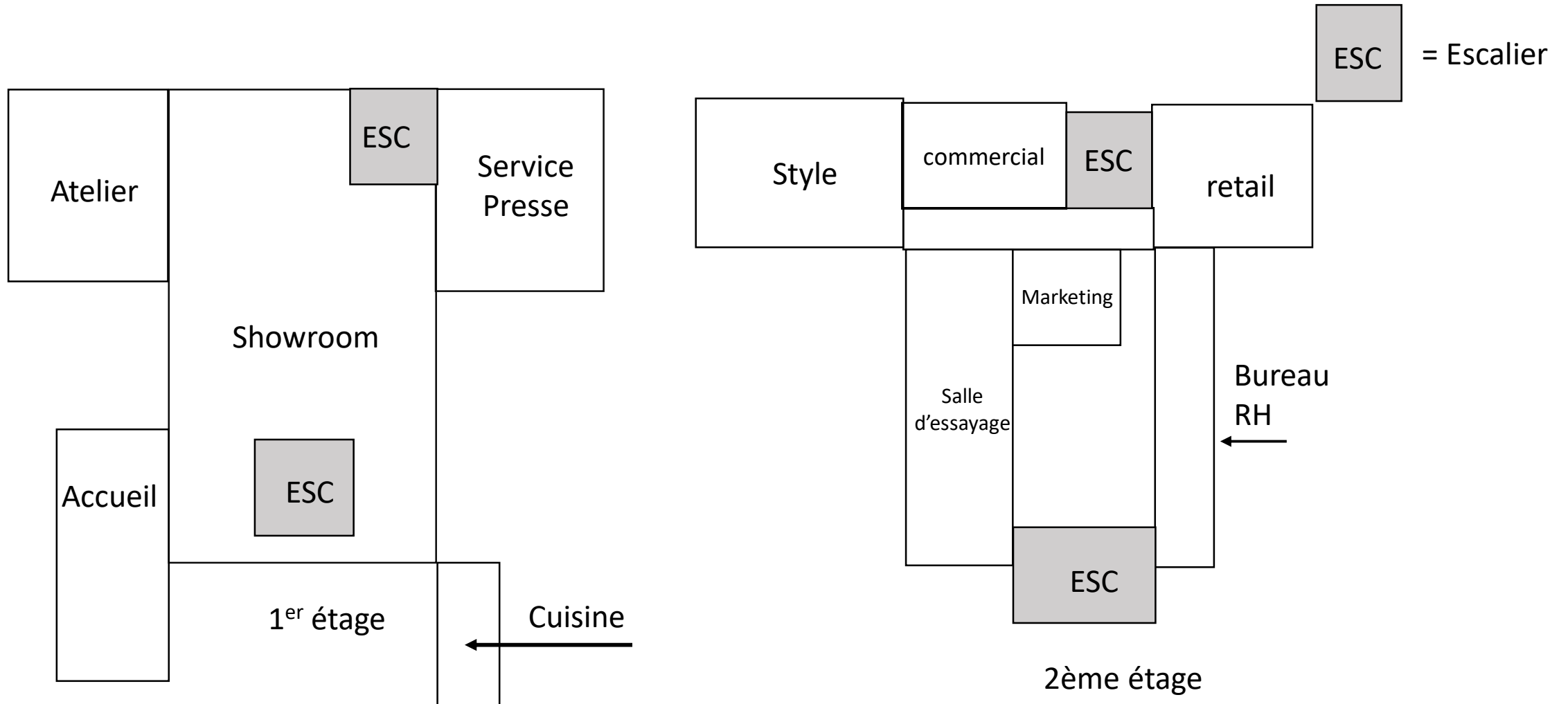
- Forme Juridique: SAS (société par action simplifiée)
- Tailles de l'entreprise (domaine d'activité): Prêt à porter et accessoire
- Type de clientèle: Femme

B) Organisation de l'entreprise

Organigramme de l'entreprise



Plan de l'entreprise et caractéristique de l'entreprise



C) Localisation et Concurrency.

Localisation

- **France** : 15 points de vente (propre en France)
 - Les boutiques sur la région parisiennes:
 - Galerie Lafayette (40 Boulevard Haussmann, Etage : Rez-de-chaussée du magasin principal, 75009 Paris)
 - la Vielle du Temple (100 Rue Vieille du Temple, 75003 Paris)
 - St Sulpice (25 Rue Saint-Sulpice, 75006 Paris)

Concurrence

- 1 **ISABEL MARANT**

- 2 **TARA JARMON**
PARIS

- 3 **Chloé**

- 4 ISABEL MARANT **ÉTOILE**

- 5 **CHLOÉ STORA**
PARIS

D) Service clients et communications.

Services rendus à la clientèle

Vanessa Bruno est une marque de boutique qui fabrique des accessoires comme les cabas et du prêt à porter pour Femme.



Communications médias et hors média

- Invitations:
 - de célébrités à porter des pièces de la collection.
 - de journalistes.
 - Instagram Par exemples des influenceuses qui font de la pub sur la marque et font des shootings photos).

E) Présentation du service

Organisation du service

- Dans l'entreprise où j'ai travaillé chaque service doit travailler en coopération, j'ai pu aussi assister à plusieurs réunions comme une avec les managers des boutiques en France pour la présentation de la nouvelle collection.
- Les réunions ne sont pas hebdomadaires mais organisées selon l'actualité Ex : le nombre de ventes du mois.

Plan des zones d'interventions et caractéristiques techniques

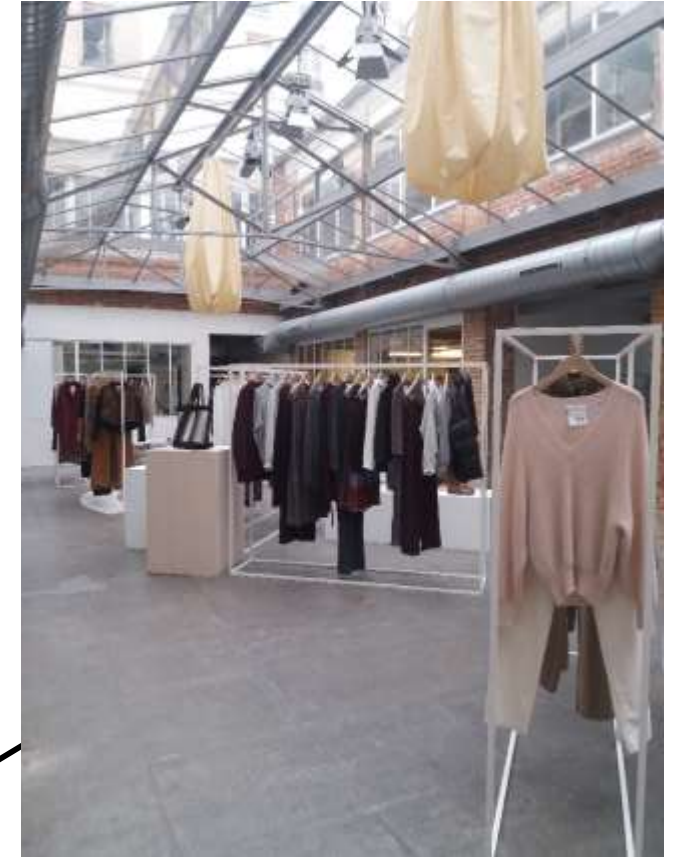


Pop Up Bon
Marché

Meubles
en bois

Mur à cabas

Portants



Showroom
siège social

Assortiments Produits



Patch pour Cabas

Pochettes Raphia
Paillettes



Cabas Lin paillettes



F) Activité 1



Présentations générales

Circonstances : L'activité 1 m'a été confiée par mon tuteur pour voir si j'avais compris les règles de disposition de produits de l'entreprise ,et j'ai donc appris que dans cette entreprise les produits sont disposer de façon a créé un ensemble.

Exemple: d'ensemble
de produits

Objectifs: Exercice de compréhension.



Compétences mises en œuvres

S'inspirer des planches et du Merch de l'entreprise afin de réaliser le projet.



G) Activité 2



Présentations générales

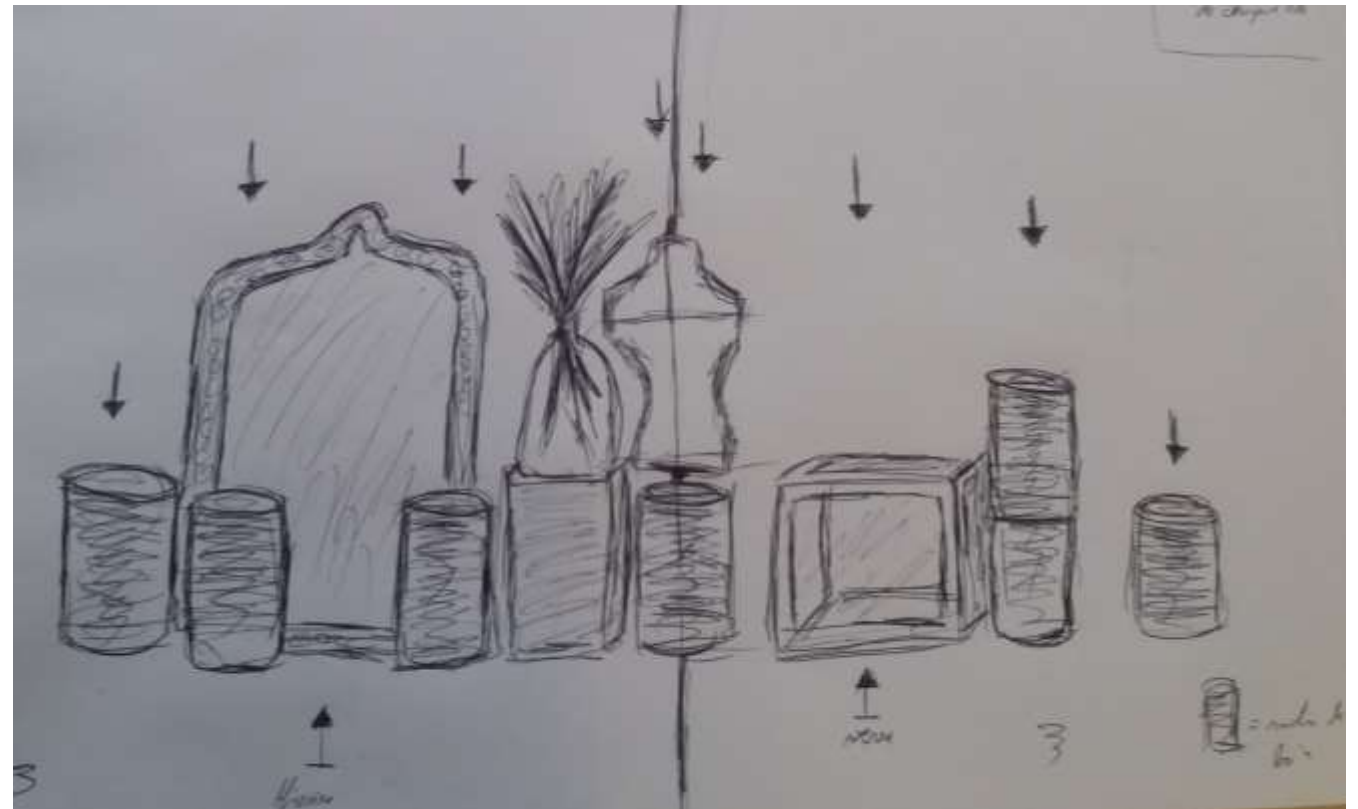
Circonstances : L'activité 2 ma été donnée par mon tuteur pour mettre en avant le cabas voyage pour le showroom de la collection cabas voyage.

Objectifs: Mettre en avant le cabas voyage pour le showroom de la collection cabas voyage.

Compétences mises en œuvres

Faire un plan avec l'organisation des meubles mis a disposition ainsi que des pièces.

- Croquis en perspective cavalière.
- Choix des produits à mettre pour la présentation (les plus originales).



H) Conclusion Personnelle

J'ai bien aimé ce stage, il m'a permis de connaître de nouveaux outils comme le steamer, ainsi que du vocabulaire .

J'ai aussi découvert les démarches à suivre pour la présentation de produits et de planches.

Et enfin cela a renforcé mon expérience et permis d'avoir un deuxième avis sur la vie en entreprise (le 1^{er} étant mon stage de troisième.)

I) Glossaire

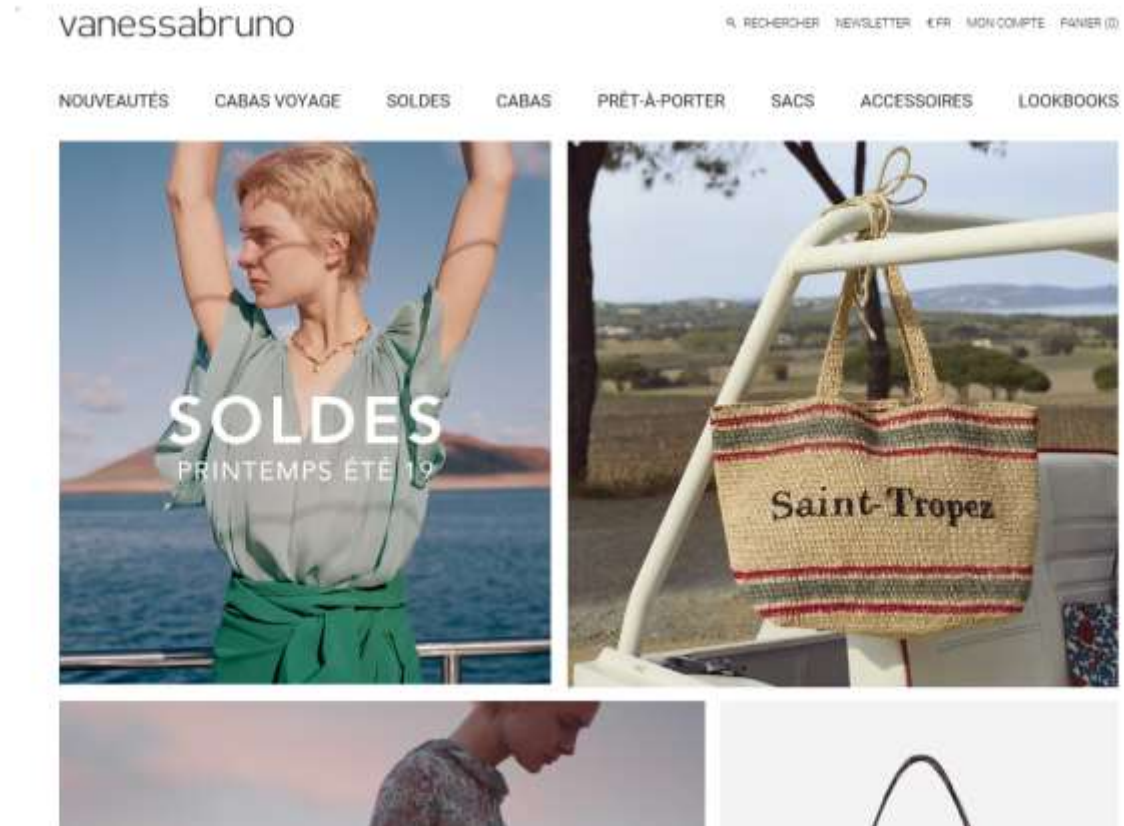
- Steamer : outil qui permet de défroisser les vêtements avec de la vapeur.
- Floor : espace dédié à la vente des produits.
- Mailles : petites boucles de textile qui forment un tissu.

J) Annexe

- Source:

-Site web Vanessa Bruno.
(<https://www.vanessabruno.fr/>)

-Tuteur(Baptiste Richard).



Bon Marché - patches



Bon Marché –Pop Up événementielle



Siège social Showroom (1)



Siège social Showroom (2)



Printemps Boutiques – Accessoires et prêt à porter



Accessoires



Prêt à porter

