

LES PRODUITS

La politique produit se répartit en 5 points bien définis :

1°) L'exclusivité

C'est le formidable atout du concept Doreva , savoir acheter pour permettre à chaque Partenaire de vendre avec succès et de rentabiliser l'exploitation de son (ou ses) magasin(s).

Doreva négocie pour vous des gammes de produits exclusives afin de préserver aussi bien vos marges que l'identité produits propre à l'enseigne.

Les acheteurs de Doreva sont en contact permanent avec des sources d'approvisionnement avec quatre exigences impératives :

- Offrir de larges gammes de produits dans l'équipement de la chambre à coucher à prix ultra compétitifs pour tous (jeunes, familles, seniors).
- Axer la stratégie marketing sur le meilleur rapport qualité/prix,
- Rechercher en permanence de nouveaux produits, de nouveaux circuits d'approvisionnement ainsi que des lots, des opérations fournisseurs et des opportunités exclusives.

2°) Les tendances

Doreva s'efforce de présenter les dernières nouveautés afin d'affirmer son statut de spécialiste de la literie, du sommeil et de la chambre à coucher.

Exemple :

- Mousses à mémoire de forme.
- Matelas sous vide etc. ...

3°) Assortiment par famille

L'assortiment se compose de 8 familles renouvelées par phases successives et en fonction de opérations promotionnelles.

La collection est relativement stable sur l'année avec une grosse réactualisation en janvier.

- Literie fixe.
- Literie relaxation relevable.
- Literie asiatique.
- La boutique (oreillers . traversins etc ...).
- Cadres de lits.
- Accessoires (jeux de pieds etc ...).
- Banquettes.
- Têtes de lits.

4°) Assortiment par Espace de présentation et réserve.

Les espaces de présentation se composent de 10 zones de présentation bien distinctes :

- Espace réserve.
- Espace boutique.
- Espace vitrine.
- Espace junior.
- Espace stockeurs vente.
- Espace cadres à lattes.
- Espace coup de cœur.
- Espace grandes marques.
- Espace shop in the shop.
- Espace literie asiatique.

Les zones de présentation sont réparties dans le magasin selon des critères précis de surface et de sens de circulation.

5°) Saisonnalité des opérations

La politique de produits tient compte des périodes de vente forte comme les périodes de janvier et juillet.

L'assortiment est renouvelé et mis à jour lors des opérations promotionnelles.

