



VENTE DE VÊTEMENTS ET D'ACCESSOIRES PERSONNALISÉS

ÉCOLE PRIVÉE SAINTE-ANNE
108 Grand-Rue
L-9051 ETTTELBRUCK

II. Table des matières

Présentation de l'entreprise.....	3
Présentation des produits et services.....	4
Recherche du produit et argumentaire de vente	8
Présentation de la stratégie commerciale/Marketing.....	9
Mise en pratique de la stratégie commerciale pendant la semaine de la Foire .	11
Annexe	13

III. Partie principale

Présentation de l'entreprise

L'entreprise CARISMA vend des vêtements et des accessoires qui peuvent être personnalisés.

Le logo représente un personnage stylisé au regard déterminé, entouré du slogan « L'ATTITUDE COMMENCE ICI ». Cette figure transmet une identité forte : énergie, assurance et personnalité. Les couleurs contrastées et le nom placé au centre mettent l'accent sur l'idée que la marque assume son style et affirme sa présence.

Le nom CARISMA a été choisi car il évoque immédiatement la personnalité et l'attitude. CARISMA suggère un style reconnaissable et affirmé, ce qui correspond parfaitement à une entreprise qui vend des articles de mode et des accessoires personnalisés destinés à exprimer l'identité de chacun.



Présentation des produits et des services

Notre entreprise propose une large gamme d'articles de mode et d'accessoires destinés à un usage quotidien. Nous offrons différentes sortes de vêtements comme p.ex. des hoodies personnalisés, des t-shirts modernes ainsi que des jeans qui conviennent à de nombreux goûts et des casquettes.

Tous ces articles peuvent être obtenus dans différents coloris et peuvent être personnalisés, selon les goûts de mes clients. Ils sont regroupés dans notre gamme « **CARISMA STREETWEAR** ». Ci-dessous quelques exemples :



La 2^e gamme s'élance sur le terrain avec mes tricot de sports, qui peuvent également être personnalisés : c'est la gamme « **CARISMA SPORT** », pensée pour bouger.



La gamme « **CARISMA BAGS** » englobe nos sacs à dos et nos sacs à main qui, sur demande du client, peuvent également être personnalisés.



Notre 4^e gamme marche d'un pas assuré : la gamme « **CARISMA FOOTWEAR** », où chaque chaussure raconte son propre parcours.



Les produits CARISMA répondent à plusieurs besoins essentiels. Ils permettent aux clients de s'habiller de manière confortable tout en mettant l'accent sur les nouvelles tendances. Enfin, nous proposons des vêtements adaptés à l'école, au sport et au quotidien. Nos articles allient donc fonctionnalité et esthétique.

Plusieurs éléments nous distinguent de la concurrence. Nous proposons des designs originaux et facilement reconnaissables grâce à l'univers visuel CARISMA. Nos produits visent surtout les jeunes qui souhaitent affirmer leur style. Nous offrons un rapport qualité-prix attractif et un choix varié qui permet de créer des looks complets. Notre marque se distingue également par une identité forte basée sur l'attitude et la confiance.

Notre « **Unique Selling Proposition** » repose sur l'idée que CARISMA permet à chacun d'exprimer son charisme à travers un style unique, moderne et accessible. Notre atout principal est l'association d'un design reconnaissable, d'une qualité fiable et des prix abordables. Avec CARISMA, chaque vêtement devient une œuvre. Le client choisit les couleurs, les motifs, les broderies ou les messages afin de personnaliser son produit.

Notre équipe transforme les idées des clients en créations originales. Créer son propre style, montrer son attitude, c'est notre credo : encourager chacun à révéler sa personnalité.

Recherche du produit et argumentaire de vente

Nous avons observé ce que les jeunes aiment porter à l'école, dans la rue et sur les réseaux sociaux. Nous avons aussi regardé quelles marques sont populaires et quels produits se vendent le plus. Ensuite, nous avons comparé les prix, la qualité et le style de plusieurs magasins. Cela nous a aidés à choisir des produits que les jeunes aiment vraiment : hoodies, t-shirts, jeans, sacs à dos, chaussures et autres accessoires.

Nous avons remarqué un manque important : beaucoup de jeunes veulent des vêtements à la mode, jolis et avec du style, mais les marques connues sont trop chères. D'autres marques sont moins chères, mais leurs produits n'ont pas beaucoup de personnalité ou ne durent pas longtemps. Il n'y a donc pas assez d'options qui sont à la fois modernes, de bonne qualité et abordables.

CARISMA propose des vêtements et accessoires tendance, inspirés du streetwear, à des prix accessibles. Nous offrons des produits avec un style fort et un logo reconnaissable, pour que chacun puisse montrer sa personnalité. Nos vêtements et chaussures sont confortables, nos sacs à dos et sacs à main sont d'une très bonne qualité et adaptés à la vie de tous les jours. Notre solution répond au besoin d'avoir des produits stylés, de bonne qualité et à un prix raisonnable.

CARISMA, est spécialisée dans la personnalisation de vêtements, et d'accessoires.

Nous donnons vie à vos idées en appliquant notre logo ou tout autre motif de votre choix, entièrement selon vos souhaits. Nos clients personnalisent tous nos produits avec le design qu'ils désirent.

CARISMA, c'est la créativité sur mesure – chaque pièce devient unique et reflète parfaitement votre style.

Présentation de la stratégie commerciale/marketing

Notre clientèle est principalement composée de jeunes, c'est-à-dire des élèves, des adolescents et des jeunes adultes qui apprécient la mode streetwear et recherchent un style moderne, confortable et abordable.

Pour attirer cette clientèle, nous misons sur plusieurs éléments. Nous proposons des designs attirants accompagnés d'un logo facilement reconnaissable. Nous offrons des produits aux prix accessibles afin de viser un maximum de jeunes. Nous sommes actifs sur les réseaux sociaux comme Instagram et TikTok pour présenter nos nouveautés. Nous organisons régulièrement des promotions et des offres spéciales, affichées sur notre site internet ou dans notre propre magasin CARISMA.

Nos principaux concurrents sont les grandes marques de streetwear, qui proposent souvent des produits similaires. Les magasins de vêtements bon marché représentent également une concurrence, même si leurs articles sont généralement moins originaux. Enfin, de nombreuses boutiques en ligne vendent des articles similaires aux nôtres.

Notre stratégie de prix consiste à offrir un rapport qualité-prix attractif afin de viser un public large. Pour fixer les prix de vente, deux méthodes de fixation de prix ont été combinées : la méthode du coût de revient plus marge et la méthode d'alignement à la concurrence.

Pour nos actions commerciales et notre publicité, nous utilisons plusieurs outils. Nous publions des vidéos courtes et des photos sur les réseaux sociaux (Instagram : carisma_17 site : carisma2tpcm.my.canva. site). Nous collaborons avec des influenceurs locaux ou des élèves populaires pour présenter nos produits. Nous offrons des promotions de 10 % ou 20 %, ainsi que des packs et des réductions saisonnières. Nous distribuons aussi des affiches et des flyers dans les écoles, les centres sportifs et les lieux fréquentés par les jeunes.

Notre stratégie de communication est directe, moderne et visuelle. Nous mettons en avant le style, la personnalité, le confort et le charisme représentés par le nom CARISMA. Nous cherchons à créer une image simple : une marque jeune, dynamique et accessible.

Notre stratégie de distribution repose sur deux méthodes. Nous vendons principalement en ligne, grâce à notre site Internet et notre page Instagram ou sur Marketplace où les clients peuvent passer leur commande en ligne. Mais la vente sera également possible dans notre propre magasin.

Notre objectif est de rendre l'achat simple, respecté et accessible à tous.

Mise en pratique de la stratégie commerciale pendant la semaine de la Foire

La mise en pratique de la stratégie commerciale lors de la foire reposera sur une présence visible, dynamique et orienté vers le client. Le stand sera conçu de manière attractive afin de capter immédiatement l'attention des visiteurs et de mettre en valeur l'intégralité de notre assortiment.

Afin de renforcer notre visibilité, nous organiserons plusieurs actions tout au long de la foire.

L'un des jeux phares de notre concours sera la « **Roue de la Chance** ». L'objectif est d'offrir une interaction instantanée et de faire vivre aux participants une expérience dynamique et pleine d'émotions.

Nous utiliserons un iPad pour faire tourner la roue digitale. Celle-ci comprendra plusieurs cases, par exemple :

- **personnalisation gratuite,**
- **réduction de 10 %,**
- **perdu,**
- **réessayez,**
- **un gadget.**

Le client tourne la roulette et découvre immédiatement s'il a gagné ou perdu.

Nous prévoyons également une **promotion sur Instagram**, avec des « Réels » montrant les participants (uniquement ceux qui acceptent d'être filmés) en train de faire tourner la roue. Cela permettra de mettre en avant l'ambiance du concours et de susciter l'intérêt de la communauté.

Une autre action sera la « **Click Box** ». Son objectif est de créer du contenu attractif, d'attirer l'attention de notre clientèle et d'offrir un moment de divertissement tout en permettant aux participants de repartir avec une photo mémorable.

Pour cela, nous aurons besoin :

- **d'un iPad ou d'un appareil photo,**
- **d'accessoires liés à notre entreprise,**
- **du stand avec notre logo en arrière-plan.**

Après leur achat, les clients pourront prendre une photo créative et amusante dans notre stand. La photo leur sera envoyée immédiatement par mail.

Dans le cadre de notre promotion Instagram, nous publierons un post rassemblant les **cinq meilleures photos**, à condition que les participants donnent leur accord pour que leur image soit partagée publiquement.

Une autre dernière action proposée est « **le Message Board** ». Son objectif est de favoriser l'interaction avec nos clients tout en ajoutant un élément décoratif à notre stand.

Pour cette activité, nous utiliserons :

- un panneau grand format placé dans notre stand,
- des Post-it de différentes couleurs.

Après leur achat, les clients auront la possibilité d'écrire un message sur un Post-it : leur nom, un mot de remerciement, un souhait, ou toute autre pensée qu'ils souhaitent partager. Ils pourront ensuite coller leur Post-it sur le panneau.

Nous conserverons ce panneau en souvenir de cet événement important, et un post Instagram sera réalisé à la fin pour mettre en avant l'ensemble des messages collectés (avec l'accord des participants, si nécessaire).

Annexe

- Catalogue (envoyé par mail séparé)

Salariées de CARISMA

1. Beatriz ALMEIDA RIBEIRO
2. Naïma DA GRACA
3. Alina DE MELO
4. Mélissa FERNANDES EUSEBIO
5. Aline FIGUEIREDO FONSECA
6. Leila FONCK
7. Lara GOUVEIA PORTINHA
8. Ruth KOUVON
9. Ajeta LEKOVIC
10. Almaida LICINA
11. Amira LOUALICHE
12. Débora MACHADO
13. Erika MOUTINHO
14. Ana OLIVEIRA BABO
15. Julia PEREIRA
16. Sandra SILVA GONCALVES
17. Noemie SILVA ROBALO

Directrices

18. Juliette SCHROEDER
19. Myriam HOFFMANN

Entreprise Mairaine :



4, Z.A.C Happerfeld
L-9806 HOSINGEN