

Elkrief

BO ≠

ANTÉCIMAISE

Étrave

Étrave

BO

Rachel Elkrief

BO à chair

ANTÉCIMAISE

Il est des jours et des journées

Quintane / Bérard

Massifiez* vos têtes de gondoles ; ce matin je mets mes Avery à 2 balles aux pieds, façon Tex assez, mais des chaussettes ultra short, enfin de la soquette courte et,

quitte à enfiler nos non-vies, alors on \neq go, car de l'écart entre poème et bohème, augmenté d'un aspirant il n'y a qu'un produit brut.

La décroissance n'est pas un frein, c'est un accélérateur de qualité de vie ; il n'y a pas de traces de pneu dans la forêt.

* TESTEZ-LES ICI : 😞 😊

Ça fait pas pour autant de l'enjambement, ni de l'espace typo : entre le talon et l'ourlet**, de la rime et du vers encore moins sinon qu'un peu filé...

** Prépuce et gland, hampe et col, tête et cou, vulve et nouveau-né, le plan de niveau vous en indiquera l'emplacement.
N'hésitez pas...
à solliciter le personnel du PÔEM !

*

Pas de sang dans les mollets pas de sens aux
doigts de pieds, ça ne remonte assez.

Donnez-moi un cure dent pour nettoyer ce
gros orteil ; acétique est obsolète en une
époque à contrepoints.

Si peu ^{***}, peut-être pas (o

*** d'une réplique ou d'un freinage en parallèle

mission du point)
Serait-ce en soi ?

Ou du cou ou du col, on ne dira pas que la soie
n'est que du 1 %.

Peau neuve ou pas avec deux accrocs tenus par
des agrafes chargées de Rimmel à la place des
yeux, le visage de
mamie est un pull

*

**** o : lifté le pull, ainsi qu'extracté le point.

On est dans ses langes où l'on peut, et, vice et versa version 2.0, le caca de mascarade sort toujours plus ou moins par les yeux. (Le seizième substantif à saisir avec la raquette au CN-

RTL pour œil est assez étrangement anus ; sinon un effet de conscience hugolienne, aucune vérité là-dedans.) La qualité plutôt que la quantité.

Plutôt, serait-ce à mentionner que ma soquette à gauche est moins seyante alors qu'à droite il

lui suffit de deux bras et de deux jambes pour tricoter.

Tricoter de l'utérus, pour la reproduction :
ouvrir une jambe, engager quelques pieds.

Votre descendance vous reprochera toujours de ne pas lui avoir fait apprécier « les musées » en les traversant d'un pas teuton ; vous, actant votre TS sub-culturelle, elle en TGV.

Il ne s'agit pas d'une œuvre ni d'un produit mais d'arracher du kilomètre cucul la praline et nougat, aucune méditation artistique, faites-leur bouffer du label et de l'estampillé :

HOPPER, DUCHAMP, FROMENTIN, le bleu d'Auvergne, ESCHER, HO CKNEY, la salle des antiquités nationales, BAN ANIA, NIKE, ERNST, c'est tout un !

Saupoudrez de KLEIN (bis) tel le bling-bling IKB, de VALLOTTON, BLACK, GAINSBOROUGH, DALI, VUITTON, WOODMAN, HUGGIES naturel recyclé, WC NET en éco-bouteille, OUDRY, CHARDIN, etc.

Multiplier le nombre de références sur une tête-de-gondole, privilégiez des TG monoproduit pour avoir un maximum d'impact.

Concentrez-vous – sur vos forces – et misez sur les produits sur lesquels vous êtes certains qu'ils déclencheront un achat d'impulsion.

Utérus-embryon du primo-achat ; des entrées

de rayon travaillées. Tailles,

AJOUTERAUPANIERDES
CRIPIONSOMMAIREDELANOTA
TION.TOUSLESECTEURSNERENTRENT
PASNÉCESSAIREMENTDANSTOUS
LESRAYONS.C'ESTUNFAIT

CLIGNOTANT !
ESSUIE-PLACE

...

Il y en a dont le pied

droit
est plus
étroit
que le
gauche

.

*

À l'instar des têtes de gondole, les entrées de rayon sont vos vitrines.

La victime de vitrine est le pied qui n'entre pas dans le format.

Si on les considère comme des zones froides, celles-ci permettent avant tout de donner une image positive de votre rayon. Une fois que vous avez fait rentrer le lectorat dans le rayon, vous maximisez votre chance de vendre un pied plutôt qu'un autre.

Alors, n'hésitez plus : définissez vos priorités.

Le calcul des tendances PÔEM de ventes constitue le premier outil que j'ai mis en place dans mon activité.

Le pied est un calcul expérimental.

Il permet de détecter les temps forts de votre rayon par produit, par famille, etc. Car le temps faible est agressif en mode (bis) mode (on le fait à l'arrache, au pied de biche) auto-immune...

C'est pas pour y aller avec ma soquette Tex.

*

Ce calcul doit (devrait) me donner une cartographie précise sur la saisonnalité des produits.

Le Tex est averti ; Piko le pivert itou. Quant au but ? (Tout avenant au contrat rit, en sachet de 125 gr.)

AN-TI-CI-PEZ !

Ainsi vous pourriez ajuster vos propositions de commandes entre chacun des cinq orteils afin d'anticiper plus facilement les besoins futurs, tant commercial que managérial.

Le cross-merchandising est un peton en éventail.

Une façon de panel au sortir de la boîte ; entre un hémisphère et un autre, il convient de glisser ses petits petons.

Petit peton gauche,
et petit peton droit.

Cette technique de vente est souvent oubliée au sein des enseignes. Certaines familles de produits se complètent parfaitement, Noura de Marseille par ex. ; mais aussi le chocolat à côté du café du cipM, les croûtons à côté des soupes, les pailles à côté des sodas, le pied gauche à côté du pied droit, le sirop d'érable à côté des pancakes.

Etc. Il faut être stratégique et, stratégique, il faut penser le besoin culturel de la lectrice et du lecteur, premiers clients de vos vers.

Cette technique peut très bien être utilisée en rayon, autant qu'en strophe à tête-de-gondole ou en allée centrale.

(Une #astuce incontournable pour augmenter son panier moyen.)

Le panier moyen du lectorat lambda se trouve exactement entre les petons gauche et droit.

S'aligner sur les tendances de consommation.

*

La grande distribution est régie par des lois, parfois obscures. Ainsi des marchés explosent sans parfois vous en rendre compte.

À 55 ans, on devient senior. (Variante à « À » : « Dès », sans passer par baisser vos prix dans un PÔEM de strapontin.)

En tant que responsable de rayon, concentrez vos efforts sur les marchés émergents et déléguer les efforts sur les marchés arrivés en maturité.

Cela veut dire

Tous les espoirs seront expulsés du bassin

d'emploi ;
après il sera trop tard.

C'est des petons d'un lectorat en TGV, pas de
l'omnibus dont on vous fait la promo.

Alors.

Vos chances de progression seront
indéniablement plus fort. Petit marché
deviendra grand.

Optimiser vos forces, pas vos faiblesses. La
station DÜRER suit immédiatement celle de
CARPACCIO que précède WARHOL ;
n'y voyez-sentez aucun sous-entendu !

Ce sont vieilles lunes ; et la retraite n'est
aujourd'hui plus qu'une station éclipsee.

*

Dégagez vos seniors avant 55 ans.

C'est un des plus grands défauts. À quoi bon concentrer ces efforts là où vous n'obtiendrez aucun résultat. Les servir sur un filet d'huile d'olive et du jus de citron.

PÔ l'emploi vous offre un bouquet gagnant : employez le senior viré qui form[ati]era, sitôt remis sur son bassin d'emploi sur site, un premier emploi. PÔEM ploie et vous offre ce bouquet : deux emplois pour le prix d'un et demi.

N'hésitez plus, VIREZ.

C'est le jeu des chaises tournantes du poème gagnant du 1 %. La poésie gagnante est le PÔ-EM libérateur, avec la page blanche et

À part limiter la chute, cette stratégie n'a pas de sens. Sinon les escaliers (Noura, merci*.)

Travaillez les rayons ou les familles de produits qui connaissent un essor.

C'est essentiel de connaître la manière de lire de votre lectorat afin de mieux adapter votre offre produit.

Soyez visionnaire !
Virez et employez...

L'erreur première du merchandising c'est qu'il est basé sur un instant T. Rappelez-vous, le temps s'agresse...

* aussi Julien, mais chut ! on risquerait d'entendre...

Souvent, trop souvent, certaines enseignes proposent des photographies figées du marché. Exemple, les plus de 55 balais, du furet et de la balayette avec leurs petits pots
côté lardons.

C'est parfois gras,
le plus souvent gaga, ça a du ventre et rechigne à courber. Par trop ballonné celui de gauche, extrême en sécheresse au droit !

Ce qu'on évite.

Et c'est un ventre en esprit libre, avec dédicace à l'épigraphe ; et inversement.

Les zézettes de Sète et les zizis d'Ys sont pris dans les plis* du Père Noël, le nombril a disparu dans les boyaux.

La jeunesse est toujours un sûr emploi, et ça ploie sur tout**, mais alors que ça ploie !

Donner plus de place à un produit qui explose ce n'est pas*** de l'incompétence :
c'est du bon sens !

Virez vos seniors****,
accédez aux premiers emplois ;
créez votre boîte de formation.

* Or, les codes de la consommation vont parfois plus vite que prévus. Anticipez les tendances et allez là où sont (et seront !) les ventes de demain.

** surtout

*** n'est-ce pas

****avant 55

*

Housser ces mets dans la vanille,
mais pas dans le chocolat des 55.

Travaillez sans relâche votre assortiment :
dehors-dedans.

Les rayons ont vu leur nombre de références
augmenter,
si bien que la place se fait désormais rare.
Votre assortiment doit

constamment être revu.
Un produit ne se vend pas ? Retirez-le !

Une nouveauté se vend bien ? Donnez-lui une chance de progresser encore plus ! Ces produits sont d'ailleurs générateurs de marge, donc foncez !

Foncez, vous avec le gouvernement avec vous.

*

Défoncer le cul des seniors, ils vous formeront vos premiers emplois sur site.

Accompagnez votre offre d'information.

La com est tout.

On n'y pense jamais assez, mais... l'information est un atout considérable à la vente, d'autant plus pour les rayons

livre-service. Les enclades avec finition sont d'excellents moyens pour apporter une valeur ajoutée à votre offre.

Elles permettent également d'avoir un impact à court terme.

Ainsi que le deuxième niveau du mausolée, il en manque un à

TABLE

I	11
II	23
III	35
IV	47

August the 26, in memory
of my two cheap socks!

Dépôt : août 2023
ANTÉCIMAISE
contact@antecimaise.org

Rachel Elkrief :

Née en 1982 à Aubervilliers.

Commerçante, elle vit et travaille dans le 18^e arrondissement de Paris. Rachel anime le festival annuel *Barbarque (sic) en poésie* (#2 édition parue en avril) ; elle a été à l'initiative du recueil collectif de poésies *Le piglet s'échouant dans le travers*.
BO à chair (petit pot lard) est son 2^{ème} e-livre.

Vue depuis ma boucherie-
charcuterie, la basilique
du Sacré-Cœur de Mont-
martre ressemble à la car-
casse d'une laie désossée.



Sans code-barres

0 euro