

News du 26/02/2009 09:57:07

Doper vos ventes en organisant des thématiques dans votre magasin



Clients infidèles, "zappeurs", imprévisibles... : le consommateur d'aujourd'hui, volatile, est attiré par les nouveautés. Pour les produits, mais aussi pour les concepts. *"Les magasins doivent aujourd'hui adopter des concepts éphémères, qui attirent régulièrement une nouvelle clientèle et incitent les fidèles à entrer*

plus souvent" estime Béatrice Filio, Directrice de la société Actes d'Achats, agence de conseil pour les points de vente.

L'agencement modulable, pouvant changer facilement de couleur ou de disposition, évite ainsi de lasser ses clients. Plus facile à mettre en oeuvre : la création de thématiques régulières, à condition de s'y tenir. *"Pour être efficaces, les thématiques doivent changer toutes les 3 semaines"* affirme Béatrice Filio. Ces thèmes devront être mis en valeur, dans votre vitrine, ainsi qu'à l'intérieur du magasin à l'aide de visuels et d'accessoires adaptés, que vous pouvez louer auprès d'entreprises spécialisées.

S'il est toujours bienvenu d'adapter vos décors à la période (sports d'hiver, printemps, Pâques, Noël...), vous pouvez aussi créer, en dehors de ces saisons, des sujets ou événements autour d'une couleur, de la gastronomie, d'un pays, d'un lieu... Par exemple : "ambiance bretonne" (voir photo), "le mois du rouge", "dégustation de fromages", "destination îles de rêve"... Ces opérations pourront être assorties d'offres spéciales sur une sélection de produits en relation avec la thématique (ex : sur les montures rouges, sur les

solaires polarisantes...).

N'hésitez pas à mesurer l'impact, en termes de trafic et de ventes, de ces thématiques : *"c'est en testant ces idées que l'on cernera celles qui marchent, qu'il faut renouveler, adapter..."* assure Béatrice Filio.

Rédaction © ACUITE 2000/2008

www.acuite.fr, Portail des décideurs de l'optique !

