

# COMMENT BIEN AGENCER ET RENDRE ATTRACTIF MON POINT DE VENTE ?



## POURQUOI ?

L'agencement d'un point de vente doit être cohérent dans son ensemble. Il doit permettre de respecter la règle : le bon produit, au bon moment, à la bonne place, en bonne quantité et au bon prix. Il est essentiel de toujours bien respecter cette règle.

## COMMENT ?

### 1) Extérieur

► **Façade** : elle est le reflet de l'image de marque du magasin. Elle doit comporter votre nom commercial (enseigne), logo et afficher les horaires et jours d'ouverture. Vous pouvez également afficher votre titre artisan ou maître artisan (si vous l'avez obtenu) ainsi que vos activités (boulangerie/pâtisserie/glaçier/confiseur...). Le choix des coloris et des matériaux doit être en harmonie et relation avec votre activité.

► **Vitrine** : elle joue un rôle primordial : c'est elle qui va « accrocher » la clientèle, la séduire et l'inciter à entrer dans votre magasin. Une vitrine doit comporter 80% de produits et laisser un aperçu sur l'intérieur du point de vente pour donner envie au client de rentrer. Pour la rendre attrayante, pas de recette miracle proprement dite mais une mise en scène étudiée et une juste valorisation des produits. « Éclairage, animation, choix des coloris mais également des matériaux utilisés ». Elle doit être décorée en fonction de la saisonnalité et /ou des événements locaux. Elle doit être renouvelée tous les mois au maximum. Astuce : prévoir un planning annuel vitrine

### 2) Intérieur

► **Étiquetage** : les étiquettes de vos produits ne servent pas simplement à afficher le prix et le nom du produit. L'étiquetage doit permettre de communiquer sur la composition du produit, les particularités (labels locaux, de saison, médaillés...) ou sur le statut du produit (nouveau, coup de cœur du pâtissier, spécialité, revisité, de saison, éphémère...). Pour valoriser un produit plus qu'un autre jouer sur les couleurs et la taille de l'étiquette en ajoutant par exemple une pastille ou en changeant la couleur de fond tout en respectant votre charte graphique.



► **La zone de caisse** : c'est un endroit qui permet de déclencher les achats « d'impulsion » autrement dit « non prévus ». Pour ce faire, disposer sur votre comptoir caisse les produits nouveaux, de saison, de petites tailles et à petits prix et changez-les régulièrement pour surprendre vos clients. La mise à disposition de vos cartes de visite est indispensable dans cet espace.

► **Le libre-service** : c'est la méthode de vente préférée des consommateurs. Les produits proposés en libre-service permettent de réaliser des ventes complémentaires. Les produits doivent être placés à proximité des zones d'attente (zone caisse, vitrine réfrigérée) afin de favoriser l'achat d'impulsion.



► **Les 5 sens** : pour séduire vos clients, stimuler leurs 5 sens : la vue (un point de vente harmonieux et agréable), l'ouïe (un accueil chaleureux et une bonne détection des besoins de vos clients), l'odorat (une odeur agréable doit flotter), le toucher (la possibilité de prendre des produits en main avec le libre-service) et le goût (faire goûter vos produits régulièrement fait toujours bonne impression).

► **Profiter de votre file d'attente** : le consommateur n'aime pas attendre alors transformez cet instant en atout pour votre point de vente. En période de forte affluence vous pouvez mettre une deuxième caisse pour les retraits de commande, disposer quelques chaises, offrir

des dégustations de produits, faire des démonstrations en direct pour montrer votre savoir-faire, mettre des produits à proximité en libre-service ou encore mettre un écran pour diffuser des informations ou un film de votre fabrication dans le laboratoire.

### ► POUR ALLER PLUS LOIN...

Une bonne identité visuelle ! La devanture et la vitrine est le premier contact entre le client et vous. Avant d'avoir goûté votre produit, le client va s'en faire une idée à priori qui pourra être influencé par la décoration et l'agencement du point de vente. Donner une image de qualité par une décoration intemporelle mais moderne et une lumière permettant de valoriser les produits et les zones du point de vente. La recette réside dans la cohérence de l'ensemble avec l'adéquation entre le point de vente, les produits et votre clientèle.

Une façade modernisée = 15 % de clients en plus !

Agencer son magasin requiert des compétences spécifiques. N'hésitez pas à vous faire aider.