



Les commerces de proximité ont le vent en poupe

Le commerce de proximité c'est + 2 millions de clients en 2015. Les modes de vie évoluent et les modes de consommations avec.

Ce que recherchent les consommateurs :

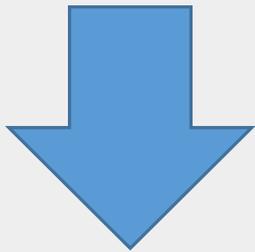
- La proximité (déplacements à pieds)
- Le plaisir lié à l'acte d'achat (passé un moment agréable)
- La relation avec le commerçant (sympathie, confiance)
- La qualité et la traçabilité des produits
- Les commerces les mieux placés : secteur du bio et les petits réparateurs
- Les plus concernés : les jeunes et les séniors

Une ville où il fait bon vivre

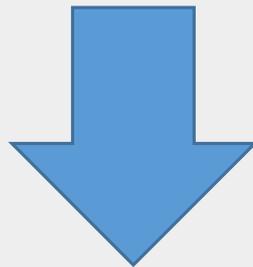
Les commerces du centre ville comme moteur du dynamisme local.

Leurs principaux concurrents : les grandes surfaces, les marchés hebdomadaires

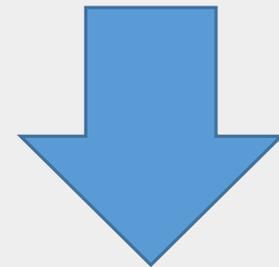
3 axes d'action pour dynamiser le commerce de proximité



Se différencier des concurrents par le service et la qualité



Séduire par l'image du point de vente



Proposer une expérience d'achat différente

La communication des points de vente

- *Comment améliorer l'image de mon magasin pour attirer de nouveaux clients ?*
- *Comment repenser mon espace de vente pour mieux séduire ?*
- *Comment animer mon magasin pour fidéliser mes clients ?*
- *Si vous vous posez ces 3 questions, vous avez tout compris à la communication des points de vente... mais vous ne savez pas tout faire seul.*

Comment améliorer l'image de mon commerce ?

- Définir *votre identité commerciale* c'est faire en sorte que votre offre soit clairement perçue par vos clients (positionnement). **La devanture** du commerce est le 1^{er} point d'accroche, c'est sa carte de visite.
- Qui sont vos clients et que voulez-vous leur raconter pour qu'ils s'identifient à votre marque (**histoire de marque**)?
- Le storytelling vous permet de **vous différencier de vos concurrents** même si vous proposer des produits similaires.

Une devanture soignée et cohérente



Une vitrine travaillée



Plus qu'un produit, une histoire



Une identité commerciale affirmée

- *Comment repenser mon espace de vente pour mieux séduire ?*

- Une fois que votre univers de marque est clairement défini, je le **traduis dans l'espace**. Un espace agréable améliore le bien-être des clients et augmente le temps de visite (plaisir retrouvé).
- **Organisation et décoration de l'espace du magasin** (circulations et parcours, éclairage, couleurs et mobilier).
- **La théâtralisation du point de vente** doit traduire une ambiance présentant tous les codes de l'univers de votre activité.

Théâtralisation des produits



Créer un parcours de visite



Comment animer mon magasin pour attirer les clients ?

5 secondes, c'est le temps passé devant une vitrine...

- **Soigner sa vitrine** et la changer régulièrement c'est proposer de la nouveauté pour continuer à séduire et inciter les clients à rentrer dans votre point de vente.
- **Soigner le merchandising** c'est orienter les clients et choisir ce que *vous voulez vendre*.
- Un bon merchandising et la théâtralisation des produits valorisent votre offre.
- **Utiliser les réseaux sociaux et les outils digitaux** pour informer vos clients des nouvelles offres ou des événements et rester en contact.

Le merchandising un outil pour vendre



La vitrine : le 1^{er} espace de vente

