

LA MARCHANDISE DE SÉDUCTION

Le merchandising de séduction a comme but de mettre en valeur le point de vente à travers le marketing sensoriel (en utilisant l'un ou plusieurs des quatre sens) pour faciliter l'achat d'un produit ou un service.

Les facteurs d'ambiance à l'extérieur du point de vente

La façade et les abords du magasin :

L'enseigne du magasin doit être visible de loin (pollution sonore interdite de 1h à 6h du matin)

La vitrine :

C'est le lien entre le client potentiel et le magasin.

Elle doit inciter la personne à rentrer dans le magasin en racontant une histoire.

Elle constitue le début de l'expérience client.

Deux types de vitrine : Avec fonds et sans fonds (laissant voir l'intérieur du magasin).

La vitrine doit être changée régulièrement en suivant des thèmes.

Éléments de la vitrine : Les couleurs – La mise en scène des produits – L'éclairage

L'entrée :

- **Entrée immersive** : le client entre par une porte généralement vitrée ;
- **Entrée progressive** : le client passe par un hall de produits mis en valeur ;
- **Entrée balisée** : Le client entre par un espace ouvert balisé par des bornes antivol ;
- **Entrée libre** : Le magasin est entièrement ouvert sur l'extérieur.

Les facteurs d'ambiance à l'intérieur du point de vente

➤ **L'accueil :**

- Client accueilli dès son entrée au magasin ;
- Dédier un vendeur à l'accueil des clients ;
- La reconnaissance du client via son Smartphone.

➤ **Le mobilier :**

- Mettre en valeur les produits et correspondre à l'image du magasin ;
- Avoir un impact sur le parcours du client ;
- Plusieurs sortes de mobilier : gondole, comptoir ou bergerie, portant, meuble réfrigéré, vrac...

➤ **Le balisage :**

Repérage au sein du magasin à l'aide de pancartes, étiquettes ...

➤ **L'éclairage :**

Mettre l'accent sur certaines zones ou créer une ambiance.

➤ **Les couleurs :**

Identification des vendeurs par des tenues de même couleur pour faciliter l'achat.

➤ **Les odeurs :**

Diffuser des couleurs afin de favoriser les achats d'impulsion.

➤ **L'ambiance sonore :**

Créer une ambiance sonore : maximiser l'expérience client et donner une identité au point de vente.

La théâtralisation du point de vente :

- Démarche permanente ou ponctuelle pour mettre en scène l'offre commerciale d'une enseigne ou d'une marque.
- Créer une ambiance adéquate afin de favoriser l'acte d'achat et la fréquentation du point de vente.
- La théâtralisation utilise toutes les techniques vues précédemment.