

## LA SAISON 2014 DÉMARRE

# Quoi de neuf dans ma jardinerie ?

CRÉEZ UN CLIMAT  
D'EXCITATION  
POUR FAIRE  
DE VOS JARDINERIES  
"THE PLACE TO BE"

**C**a bourgeonne, ça fleurit, ça taille, ça aménage dans les jardins... c'est parti, je déclare ouverte la saison jardin 2014 ! La bonne nouvelle ? L'observatoire Cetelem nous révèle que pour la première fois depuis 2008, le moral des Européen remonte. Et ils sont 40% (28% seulement en France mais c'est en hausse aussi) à déclarer vouloir augmenter leurs dépenses, et avant tout les dépenses plaisir !

Il s'agit maintenant de capter leur attention et de leur donner l'envie de se déplacer en Jardineries.

Mais offrir simplement les mêmes produits présentés de la même façon que les années précédentes va ennuyer vos clients ce qui se traduira par de la perte de chiffre d'affaires en magasin et fera le lit d'internet.

**Les consommateurs d'aujourd'hui ont besoin d'être surpris, séduits... ils viennent en magasin pour trouver des nouveautés et des idées.** Sachant que 85 % des ventes de plantes et 70 % des ventes de matériel sont le résultat d'un achat d'impulsion, la clé est de créer un climat d'excitation dans le point de vente

Passons en revue quelques leviers à actionner dans vos jardineries vous assurer un printemps gagnant :

> **Travaillez la signalisation de vos nouveautés** mais aussi l'engouement des équipes magasin à promouvoir ces nouvelles gammes et services.

> **Jouez sur les couleurs tendances** dans vos rayons qui ne doivent surtout pas avoir l'air vieillots et démodés.

> **Consacrez de l'espace aux mises en scène** pour montrer le produit en situation et faire rêver.

> **Créez un climat zen** en jouant sur l'éclairage, les ambiances visuelles, musicales et olfactives pour détendre vos clients et ralentir leur parcours dans le magasin. Ils se laisseront ainsi plus tentés à regarder et donc d'acheter tout ce qui leur est présenté.

> **Jouez sur le Cross selling** et des podiums excentrés du rayon. Pour favoriser les achats coup de cœur, il est très important de retrouver le produit à différents endroits du magasin, l'idéal étant 6 fois. Les plantes, quant à elles, doivent être présentes tout au long du parcours client. Ne vous limitez pas à les vendre nues. Faites des mix : plantes nues, plantes avec un contenant, plantes associées à tous les autres produits en vente. En présentant un concept global, une fois le client tenté, il sera facilement ouvert sur le reste.

> **Faites des démonstrations** dans le magasin, soyez généreux et interactifs avec vos clients.

> **Racontez une histoire**, montrer les fruits et les légumes que les gens pourront récolter à côté des plantes qu'ils achètent.

> **Misez sur la chaleur humaine.** Après le BtoB, le BtoC, voici l'ère du HtoH pour Human to Human. Face au développement d'internet, ne perdez pas la culture de la relation, c'est la plus compliquée mais aussi la plus prometteuse et la plus porteuse.

> **Capitalisez sur le mobile.** Il est devenu le nouveau couteau suisse de l'expérience client en magasin. Proposez des applications personnalisées dont certaines comme la carte de fidélité vous feront faire des économies.

> **Sachez reconnaître et mieux connaître vos clients** pour leur proposer des produits, services et animations personnalisés. Aujourd'hui la personnalisation et l'hyper-ciblage s'imposent !

> **Rebondissez sur les initiatives en magasin les plus plébiscitées par les consommateurs \* :**

Pouvoir rendre du matériel usagé dont ils souhaitent se débarrasser,  
se voir proposer des activités de loisirs complémentaires à l'activité du magasin,  
pouvoir prendre rendez-vous sur internet avec un vendeur expert,  
avoir des espaces dédiés pour venir retirer des produits achetés sur Internet (zone click and collect).

**Les magasins doivent être des lieux d'expérience et de découverte, où conseil et accompagnement sont au rendez-vous.** Ils ont plus que jamais besoin de capitaliser sur leurs point de différenciation avec le web pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs, les interpeller, les faire rêver, susciter leurs émotions et ainsi leur faire vivre une réelle expérience d'achat qui fera cette saison de vos Jardineries "The place to be".

VALÉRIE LANGENDORFF

\* Source : Observatoire Cetelem 2014

## Pour aller plus loin

Découvrez dans ce numéro le débat-table ronde autour du végétal page 48, The Shopping Experience page 54, les couleurs tendance du printemps 2014 page 23

