

TENDANCE

Virage

Virage de vaincre, virage de vivre, virage à 360°... Peu importe la formule. Le monde change, nos habitudes évoluent rapidement. Nos points de vente ont vécu, il faut maintenant se tourner vers l'avenir, un autre avenir ! Le changement, c'est... Tout de suite !

ROLAND MOTTE... JARDINIER !

MON POINT DE VUE DU POINT DE VENTE

Autrefois, il y a bien longtemps, dans les années 2013 et au-delà, le point de vente ressemblait surtout à un lieu où on entreposait de la marchandise, un lieu qui servait de distribution. Si t'avais besoin d'un truc, c'est toi qui te déplaçais, c'est toi qui cherchais, qui remplissais ton chariot, qui te débrouillais pour payer à la caisse automatique et qui allais tout seul, comme un grand, charger tes produits dans ton coffre de voiture, et en plus, tu remettais le chariot à sa place, s'il te plait, avant que le vigile ne te tombe dessus... Et pour les renseignements, les conseils, les prises en main... Toutes ces petites choses qu'on appelait "service", tout ça, c'était sur le QR code ou sur le site du magasin. En clair, tu te débrouillais ! A force de serrer la vis, on a supprimé le "serre vis" !

Mais tout ça, c'était avant ! Aujourd'hui, y'a plus besoin de se déplacer, il suffit d'aller sur Internet. Y'a pas plus de vendeur, on n'a pas plus de renseignement sur les produits qui sont identiques... Oui, mais avec Internet, t'es livré à domicile pour le même prix ou presque, et le magasin est ouvert de jour comme de nuit, là, sur ton ordi, ta tablette, dans ton salon !

Alors mon coco, pour aller en magasin, faudra vraiment que ça vaille le déplacement !

Je retournerai en magasin si le jeu en vaut la chandelle, si, en magasin, l'aventure devient passionnante !

LE 4D DE MES SOUCIS

Et nous ne sommes pas les seuls dans ce cas. Avec les home-cinéma, les écrans plats, les vidéo projecteurs, le son digital, le Blu-ray, la 3D... Pourquoi irions-nous toujours et encore au cinéma ???

Parce que l'aventure du cinéma deviendra bien plus passionnante qu'avant ! Finies les salles classiques, place bientôt à la 4D qui nous fera vivre des expériences grandeur nature avec... la pluie, le froid, les parfums, le siège en mouvement... Encore réservée aux parcs d'attractions, la salle de cinéma 4D se développe déjà au Japon, et bientôt chez nous. Une nouvelle aventure qui nous fera évidemment retourner au cinéma !

Ben oui, c'est beau à entendre toutes ces innovations, tous ces projets de ouf qui plongeront le consommateur de rêve dans une expérience nouvelle. Le grand Fauconyaka a encore frappé ! Mais le grand Fauconyaka, n'est pas au courant que les marges se réduisent dans les métiers du jardin, que le chiffre d'affaire est en baisse, que les printemps sont pourris et que nous sommes météo-dépendants. Pendant qu'il pleut, la caisse ne tourne pas à plein régime.

Alors, le directeur de magasin, désespéré, la queue basse et le porte monnaie vide, se dira que tout cela, c'est beau, mais que la 4D dans le jardin, ce n'est pas pour demain.

C'EST MOI... DD

La vie est dure, nous sommes condamnés à changer pour survivre, mais nous n'avons pas les moyens de changer.

Peut-être, mais il y a des évolutions qui peuvent aller très vite, à commencer par les changements de mentalité.

Les préoccupations environnementales, le Développement Durable

sont au cœur de nos réflexions, que nous soyons jardiniers ou non. La nature devient le centre d'intérêt de toutes les populations. Aujourd'hui, 3 milliards d'individus vivent dans les villes, en 2050, nous serons 6 milliards dans les cités, bien loin de la campagne. Il faudra adapter nos maisons, nos quartiers, nos espaces verts. Aujourd'hui, le jardin devient un phénomène sociétal, une thérapie, un lieu de rencontre, un havre de paix, un home sweet home, un anti-dépresseur, un lien entre les générations, un refuge pour la biodiversité.

Aujourd'hui, nous espérons retrouver toutes ces valeurs dans les jardins, dans tous les jardins, et quel lieu plus adapté que la jardinerie pour redécouvrir ces différents sens ?

BREF.. PASSION !

Nous avons tous les outils, tous les végétaux, tout le marketing pour séduire ce nouveau public. Il ne s'agit plus de consommateurs, mais de pratiquants de nature prêts à dépenser leur argent pour améliorer leur harmonie avec la nature.

Alors, si l'on fait le bilan, les produits sont toujours les mêmes, mais c'est la perception qu'en fait notre nouveau jardinier qui est différente. Nous n'avons pas les moyens de modifier nos points de vente pour en faire des jardineries 4D comme les cinémas, ce n'est pas grave, ce n'est pas là l'essentiel. L'essentiel est dans les femmes et dans les hommes qui sont là, au contact de ces clients. Réveillez-vous, nous ne sommes plus des distributeurs, nous sommes des amoureux de la nature prêts à partager une aventure, à raconter comment pousse un radis, à s'extasier devant le rôle des abeilles, à regarder s'ouvrir les fleurs de camélia ou à reconnaître les papillons.

Notre véritable innovation, celle sur laquelle nous devons nous battre, c'est l'enthousiasme, l'enthousiasme de nos équipes, l'envie de raconter des histoires, de faire des animations. Moi, je me sens bien dans mon jardin, alors forcément, vous aussi.

Finalement c'est facile, ça ne coûte rien ces innovations humaines, juste un peu de formation, de motivation, de management, d'envie... Bon, finalement, faut peut-être construire de nouveaux magasins ?

A bientôt et bon printemps !



Votre avis nous intéresse....

Si vous souhaitez réagir à cet article, vous pouvez écrire à Roland : roland.motte@rmj.fr