

À BAS LES VITRINES GNANGNAN!

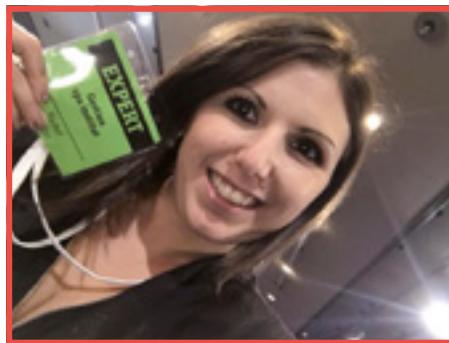
Les vitrines, c'est le must de votre prospection dans la rue... Quoi de mieux que d'attirer un passant et de susciter le coup de cœur pour l'inviter à entrer dans votre institut? Une bonne vitrine, c'est jusqu'à 40 % de chiffre d'affaires assuré en plus!

 COMMUNICATION PRÉSENTÉE AU 49^{ÈME} CONGRÈS INTERNATIONAL ESTHÉTIQUE & SPA (AVRIL 2019, PARIS) PAR RACHEL BETTAN, DIRECTRICE ADJOINTE ET RESPONSABLE DES SECTIONS ESTHÉTIQUE DE L'ÉCOLE EPSECO DE VALENCE.

Je dirige une école d'esthétique à Valence dans la Drôme, l'École Epseco, et je suis également consultante en esthétique. J'ai décidé de vous parler des vitrines, car je constate souvent que les vitrines sont mal faites et que, malheureusement, il y a une grosse perte de chiffre d'affaires.

POURQUOI FAIRE UNE VITRINE ?

Je vous propose de faire un petit tour des idées reçues sur les vitrines, que j'entends très souvent de la part de mes élèves ou des professionnelles que j'accompagne (1) :



- une vitrine c'est juste pour faire joli. Pas du tout ! Si vous en êtes là dans votre esprit, c'est qu'il y a un énorme problème,
- une vitrine ne rapporte pas plus de chiffre d'affaires. Alors là, ce n'est pas un énorme problème, c'est un méga problème. Une vitrine, vous allez le voir, est censée vous rapporter entre 30 à 40 % de CA en plus sur les produits que vous présentez

dans votre vitrine. Si ce n'est pas le cas, ça veut dire que tout simplement votre vitrine est mal faite,

- une vitrine, c'est fait pour s'occuper. Je pense que vos journées sont suffisamment remplies pour ne pas avoir besoin de perdre du temps à faire du joli, de l'aménagement. Donc, non. Vous allez voir qu'une vitrine n'est pas du tout faite pour s'occuper. C'est fait pour gagner de l'argent, pour attirer des clientes occasionnelles et aussi pour fidéliser vos clientes,
- enfin, une vitrine c'est quand on veut, comme on veut. Stop ! Stop total pour cette idée. Pas du tout. Les vitrines obéissent à des règles. C'est ce qu'on appelle les règles de merchandising.

Le rôle du merchandising

Le merchandising a été inventé par de vrais spécialistes du cerveau, c'est-à-dire que tout ce que je vais vous expliquer ne sort pas de mon imagination. Ce sont des vrais spécialistes du cerveau qui ont développé ces règles. Pourquoi ? Tout simplement parce que ces pro-

POUR QUOI ?
A VOTRE AVIS ?

 Une vitrine c'est juste pour faire joli ! 	 Une vitrine ne rapporte pas plus de chiffre d'affaires 	 Une vitrine c'est pour s'occuper ! 	 Une vitrine c'est quand on veut comme on veut ! 
---	--	--	---

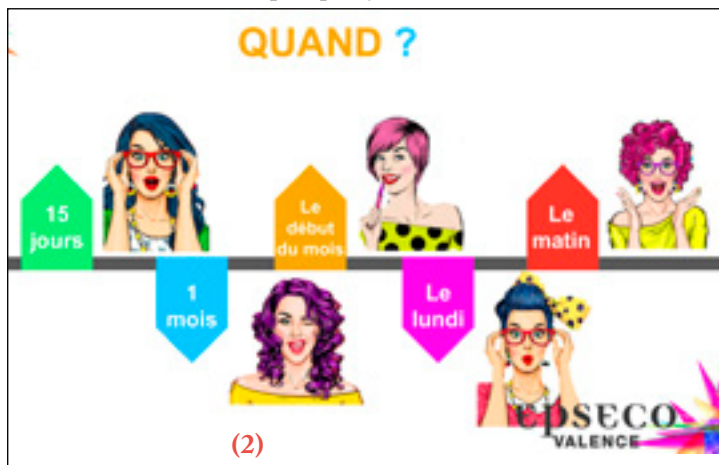
(1)

EPSECO
VALENCE

fessionnels, qui ont développé ces règles de merchandising pour les vitrines, sont partis du principe que quand on se promène dans la rue, on ne sait pas pourquoi, à certains moments, notre cerveau est attiré à tourner le regard à droite, à gauche, sans qu'on sache pourquoi. Donc, il y a des spécialistes qui ont étudié ces fonctionnements de notre cerveau pour essayer de déterminer pourquoi notre inconscient nous fait tourner la tête ou ne nous fait pas tourner la tête. De la même façon, pourquoi notre cerveau nous fait aimer une vitrine ou ne pas l'aimer ? C'est ce que nous allons voir.

QUAND FAIRE UNE VITRINE ?

La première chose à décider, c'est quand allez-vous faire vos vitrines (2) ? Encore une fois, c'est par rapport à notre cerveau. Quand quelqu'un passe tous les jours devant votre vitrine, son cerveau finit par enregistrer l'information, il enregistre l'image. Résultat : au fur et à mesure des jours, il finit par passer devant sans même se rendre compte qu'il y a une vitrine !



Donc, si vous voulez que la cliente continue de tourner la tête vers votre institut, il faut à tout prix que vous changiez régulièrement l'image que vous allez lui donner à voir. Cela passe par une rotation de vos vitrines de 15 jours à éventuellement un mois, si vraiment vous n'avez pas le temps de le faire plus souvent. Petit conseil : si jamais vous avez plusieurs vitrines, faites une rotation chaque semaine, ne changez jamais toutes vos vitrines en même temps, ça vous prendrait trop de temps, et en plus ça va déstabiliser vos clientes qui ne sauront plus où regarder. Ensuite, le mieux, c'est de créer l'événement du mois, en début de mois. Vous créez votre nouvelle vitrine, vous lancez quelque chose de nouveau. De la même façon, il sera mieux de vous en occuper plutôt en début de semaine, par exemple le lundi. L'avantage, c'est que souvent le lundi, la plupart d'entre vous ont quand même une activité un peu plus basse, plus calme, donc vous avez du temps.

Votre vitrine doit attirer et fidéliser

Le mieux aussi, c'est de vous en occuper le matin, parce que le matin vous êtes un peu plus en forme, vous n'avez pas la fatigue de la journée, donc vous irez beaucoup plus vite pour décorer votre vitrine. Normalement, si vous avez bien préparé votre vitrine, en une heure, ça doit être terminé. Si vous mettez plus d'une heure, vous allez perdre énormément de temps et d'argent.

COMMENT FAIRE UNE VITRINE ?

Vous allez voir concrètement comment ça se passe. Une vitrine c'est 0 contrainte ! Pas du tout ! Il y a énormément de contraintes dans une vitrine. Quelles sont ces contraintes ? Je vous propose de les découvrir à travers des photos :

L'ensoleillement

C'est la première contrainte.

Si votre institut est orienté vers le soleil, c'est un énorme problème, parce que, comme vous pouvez le voir sur la photo, il y a un effet miroir sur vos vitrines. Résultat : quand la cliente passe, elle ne voit rien ! Donc, vous devez faire attention. C'est la raison pour laquelle la plupart des boutiques ont des paravents qui s'avancent un peu pour éviter cet effet miroir. De plus, cet ensoleillement pose un deuxième problème sur la conservation de vos produits, parce qu'il va faire super-chaud dans votre vitrine. Il y fait déjà chaud à cause des spots de lumière blanche qui dégagent beaucoup de chaleur. Avec l'ensoleillement, il est possible d'atteindre facilement 40 degrés ! Donc, il va falloir faire attention aux produits que vous placez dedans car, même si vos produits ont des conservateurs, un produit soumis à 40 degrés se dégrade inévitablement.

Le recul

C'est la deuxième contrainte à laquelle il va falloir faire attention.

Il y a certaines boutiques où l'on passe à côté. Donc, il faut jouer sur les détails. Si les gens passent très près, par exemple, sur un petit trottoir, jouez sur les détails. Par contre, si les gens passent un peu plus loin devant votre vitrine, forcément vous ne pouvez pas jouer de la même façon sur les détails. C'est important car, quand vous allez construire votre vitrine, ne mettez pas énormément de détails si les gens ne peuvent pas passer juste devant et prendre du temps devant votre vitrine.

La vitesse des déplacements

Cette autre contrainte est importante. Si les gens passent en marchant, vous allez pouvoir jouer sur les détails car ils vont prendre le temps de regarder. Mais, s'ils passent en voiture, et bien là, évidemment, il est inutile de mettre des détails, des petites choses. Les conductrices n'arrêteront pas leur voiture pour regarder les détails de votre vitrine.

...

... La taille des vitrines

C'est encore une autre contrainte.

Dans cette chaîne de magasins, spécialisée en institut de beauté, il y a toujours deux vitrines, comme vous pouvez le voir sur la photo du haut, il y a une grande vitrine à gauche où sont les produits, et une plus petite à droite où il y a uniquement de la PLV. C'est plutôt bien car si dans la petite vitrine il y avait eu des meubles et des produits, ça aurait fait un effet tassé, qui n'aurait pas du tout été joli visuellement. La cliente qui serait passée devant aurait eu l'impression que c'était tout petit. Donc, adaptez ce que vous allez mettre dans votre vitrine à la taille de votre vitrine.

LA GESTION DE L'ESPACE D'UNE VITRINE

Autre point important, une vitrine suppose de gérer l'espace.

Un concept ouvert ou semi-ouvert

Le premier conseil que je peux vous donner, c'est de créer un concept ouvert ou semi-ouvert. Qu'est-ce que ça veut dire ? Ça veut dire que lorsque la cliente arrive, elle voit l'intérieur de votre institut. Quand on regarde devant soi, nos yeux, sans que l'on s'en rende compte, regardent en triangle. Donc, lorsqu'une cliente vient devant un magasin, elle a besoin de voir ce qui se passe à l'intérieur, ça la rassure. Si elle n'est pas rassurée avant d'arriver vers la porte, bien souvent, elle n'entrera pas. Donc, le fait d'utiliser ce concept ouvert ou semi-ouvert, vous permet de rassurer votre cliente.

D'autant plus lorsque vous avez une porte qui est fermée, et où on ne voit pas à travers. C'est très important que l'on puisse voir l'intérieur de votre institut à travers les vitres de votre vitrine. Ici, en haut (3), vous voyez cet institut a fait une grosse erreur, on ne voit pas du tout l'intérieur, c'est très sombre et ça ne donne pas envie d'entrer. Dans cet institut, en bas à gauche, vous pouvez voir des rideaux de fil qui ne gâchent pas la vue.

Vous pouvez aussi utiliser un rideau un peu transparent, qui est décoratif mais sans gâcher la vue à l'intérieur.



(3)

La zone pour les produits

Autre point qui est très important, c'est la zone dans laquelle vous mettez vos produits.

Je vous ai expliqué que vos yeux regardent en forme de triangle. Ce qu'il faut savoir, c'est qu'une cliente n'aime pas faire d'efforts physiques, donc quand elle regarde quelque chose, elle regarde au niveau de ses yeux et de ses mains, c'est-à-dire son champ de vision.

L'INDISPENSABLE MATÉRIEL

Là, vous pouvez voir deux exemples de vitrines (4) où le sol a été rehaussé grâce à des tables et tablettes pour être dans le bon champ de vision et bien positionner les produits.



(4)

Une vitrine avec du mobilier vous êtes sûre ? Oui, oui, oui ! Il vous faut du matériel si vous voulez créer des vitrines ! Certaines d'entre vous vont me dire que le matériel coûte cher. Ce n'est pas faux. Mais dites-vous qu'il y a la possibilité de trouver du mobilier que vous allez pouvoir réutiliser à chaque fois, tout en donnant un style complètement différent à vos vitrines.

Du mobilier durable

Donc, la première chose à faire, c'est déjà d'avoir du mobilier durable. Je vous conseille plutôt des petites tables en plastique, ou en bois, que vous allez pouvoir réutiliser. Comme vous pouvez le voir ici.

Je vous conseille aussi au niveau de ce mobilier de prendre plutôt des couleurs claires pour deux raisons :

- première raison, c'est que tout ce qui est clair agrandit les espaces, donc il n'y a pas un effet tassé,
- deuxième raison, c'est la poussière. Si vous choisissez un meuble noir, vous allez passer votre journée avec votre attrape-poussière, et il y aura toujours de la poussière ! L'avantage est que sur des meubles blancs ou clairs, la poussière se voit un peu moins. Ça ne vaut pas pour autant dire qu'il ne faut pas faire le ménage dans la vitrine !

...



(5)

... Du mobilier facile à entretenir

Autre astuce pour votre matériel, prenez des mobiliers qui soient faciles à entretenir. Évitez des tables en vieux bois ancien, où quand vous allez passer votre attrape-poussières, ça va faire des fils partout. Prenez des surfaces lisses comme ça vous êtes sûre qu'avec un petit coup d'attrape-poussières, ça va vite et ce sera efficace. C'est important lorsque vous achetez des meubles de vérifier qu'ils vont être faciles à entretenir. Donc, là, vous voyez ces petits mobiliers blancs (5) très pratiques. Vous pouvez même jouer sur les hauteurs et l'avantage, c'est que ça se nettoie très bien.

Des meubles à l'image de votre vitrine

Ensuite, très important, quand vous choisissez vos meubles, il faut qu'ils soient à l'image de votre vitrine. Voici des vitrines de Guerlain (6). C'est du très haut de gamme, quand on passe devant une vitrine Guerlain, on s'attend forcément à voir quelque chose de très beau. Ici, Guerlain a joué sur des mobiliers de couleur or pour être à l'image de sa boutique. Donc, c'est très important que vous proposiez un mobilier qui soit à votre image. Si vous avez un concept plutôt zen, bio, choisissez du bois, etc., et jouez sur des meubles assortis à ce concept-là.



(6)

Le panneau «vitrine en cours»

Autre point important, un panneau «vitrine en cours» (7). Sans faire un énorme panneau, placez un petit panneau c'est très important pour vous. Pourquoi ? Parce que lorsque vous commencez une vitrine, ça va vous prendre une heure, mais peut-être que pendant cette heure-là, vous allez avoir une cliente qui arrive sans rendez-vous et vous n'allez pas pouvoir finir votre vitrine. Donc, résultat, vous plantez votre vitrine, tous les gens qui passent devant voient quelque chose qui n'est pas abouti et qui donne une mauvaise image de votre structure. Tandis que si vous avez votre petit panneau «vitrine en cours», la personne qui passe devant se dit qu'il va y avoir quelque chose de nouveau. Et ça peut même lui donner envie de revenir le lendemain pour voir cette nouveauté.



(7)

La deuxième raison, et là j'insiste, concerne une loi qui date du 1^{er} janvier 1987, à propos de l'affichage des prix. Attention, d'après cette loi, vous avez l'obligation d'afficher les prix de tous vos produits en magasins et en vitrines. Donc, si jamais vous n'avez pas fini votre vitrine et que vous n'avez pas eu le temps de mettre les prix, vous ne serez pas sanctionnée si vous prévenez qu'elle n'est pas terminée.

Faites attention car la répression des fraudes est très à cheval sur l'affichage des prix, elle ne passe pas souvent mais quand elle passe, les amendes sont chères.

COMMENT PLACER VOS PRODUITS ?

Autre point important, vous placez les produits comme vous voulez. Non, absolument pas !

La triangulation

Il faut trianguler votre vitrine. Nous avons imaginé un triangle sur cette vitrine (8). Ce qui est en-dessous de la boîte est ce que le regard va voir en premier, donc il faut toujours mettre au centre du triangle ce qui est important. Au milieu du triangle, vous pouvez mettre votre PLV en fond et les produits sur les tablettes. Là aussi, il



(8)

faut trianguler les produits. Si vous mettez une gamme, placez au milieu votre produit phare que vous voulez vendre. La première chose que le cerveau va regarder, c'est cette triangulation, c'est ce qui est au centre. Vous pouvez voir dans ces modèles de vitrines qu'il y a bien une triangulation globale et aussi sur chaque tablette, les gammes ont été installées en triangulation.

Le plan de masse

Petit conseil, faites un plan de masse avant de créer votre vitrine (9). Une vitrine, ça prend du temps et si vous n'avez pas réfléchi avant à la manière dont vous allez agencer vos produits, le jour J, vous allez perdre énormément de temps à essayer plusieurs dispositions. Prenez une feuille de papier, un crayon et essayez de repérer comment vous allez placer toutes vos informations dans votre vitrine : PLV, déco, produits. Ça vous fera gagner beaucoup de temps par la suite.



(9)

Les factices

Autre point important, si vous le pouvez, utilisez des factices. Souvent, dans une vitrine, il fait très chaud, donc les produits souffrent. Demandez à vos marques partenaires, dans le cadre de vos négociations commerciales, si elles n'ont pas des factices à vous donner,

c'est-à-dire des produits vides. Si jamais vos marques partenaires n'en ont pas, gardez les pots que vous avez utilisés en cabine, nettoyez-les et placez-les dans votre vitrine.

Faites attention aussi à vos produits contenant de l'alcool, tels que les parfums, car les UV font virer la couleur des parfums. Donc, quand vous les mettez en vitrine, faites attention, car votre parfum aura une couleur bizarre en très peu de temps.

La position des produits

Une autre astuce, c'est la position de vos produits. Une cliente, quand elle arrive, doit voir le produit face à elle. Éventuellement, vous pouvez détourner les produits qui sont sur le côté si jamais elle arrive sur le côté. Résultat : quel que soit le côté par lequel elle arrive, elle doit avoir un produit en face d'elle.

Le produit, pas l'emballage

Autre point important, vous vendez un produit, pas un packaging, pas un emballage. Je vois ça tout le temps, mes élèves mettent en avant l'emballage et pas le produit. Certes il y a certains emballages, notamment pour les parfums, qui sont très beaux mais, malgré tout, la cliente achète un parfum. Donc, il faut mettre en avant le parfum. Vous pouvez faire reposer le produit sur son emballage, mais jamais l'inverse. Ne placez pas la boîte sur votre produit, ce n'est pas logique. Et ça donne une mauvaise image, ça veut dire clairement que vous voulez vendre une boîte et non un produit. Donc, faites attention à ça.

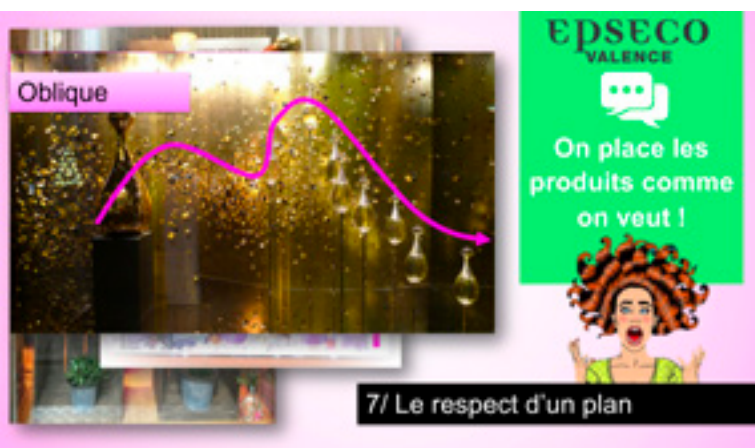
Vous pouvez, bien sûr, par contre, comme vous pouvez le voir ici jouer en arrière-plan avec les packagings pour faire des effets, bien évidemment, mais toujours en mettant en avant le produit.

Un nombre impair de produits

Autre chose qui est très importante, c'est mettre un nombre impair de produits dans votre vitrine. Tout à l'heure, je vous expliquais que toutes ces règles dépendaient de notre cerveau. Si vous ne faites pas les choses simplement, il ne comprend pas, mais si vous faites trop compliqué, il ne comprend pas non plus. Du coup, il ne s'y intéresse pas. Un nombre pair est quelque chose qui est trop simple pour notre cerveau. Vous savez compter 2 par 2 jusqu'à l'infini. Comptez 3 par 3, passé 24 ça devient compliqué, donc le problème, c'est que notre cerveau a plus de mal à enregistrer les impairs.

Donc, on passe devant une vitrine où il y a un nombre impair de produits, et bien tout de suite le regard va être détourné, car ça va nous intéresser. Donc, ça c'est quelque chose d'important. Si vous n'avez pas de produits en impair, vous pouvez tout à fait jouer avec les accessoires.

...



(10)

... Le respect d'un plan

Autre chose qui est importante, c'est de respecter un plan (10). Vous pouvez placer vos produits à l'horizontale, c'est-à-dire les uns à côté des autres ou à la verticale les uns sur les autres, mais vous pouvez aussi faire des jeux d'optiques en créant des courbes, des obliques. C'est un peu plus compliqué à faire mais ça donne vraiment une idée d'évolution et l'effet visuel est très joli.

LE THÈME D'UNE VITRINE

Autre point, une vitrine c'est un thème avant tout. Oui, oui, et oui ! Quand vous voulez créer une vitrine, la première question à vous poser, c'est quel est le thème que vous allez proposer ? Vous pouvez choisir votre thème par rapport à une période, un événement, à une nouveauté dans votre institut... Le thème est très important parce que c'est ce qui va créer le décor et qui va donner envie de venir chez vous.

Ici, par exemple, vous avez une photo d'une enseigne de maquillage qui a fait une animation sur le superhéros. Cette vitrine a énormément plu et l'institut s'est retrouvé avec plein de geeks. Des geeks dans une boutique de maquillage, ce n'est pas courant. Les passants ont été attirés par la vitrine et une fois dans la boutique, ils ont acheté des produits. Parfois, l'originalité peut bien fonctionner.

Pas plus de deux ou trois couleurs

Par rapport à votre thème, choisissez des couleurs mais jamais plus de 2 ou 3 car ça fait sapin de Noël et le cerveau ne va rien comprendre.

Valorisez plutôt des couleurs chaudes car les couleurs chaudes sont plus harmonieuses, elles réchauffent et agrandissent l'espace.

Vous pouvez jouer avec une couleur froide mais rehaussée par deux autres couleurs chaudes.

La déco de votre vitrine

Une vitrine, c'est aussi une déco, donc essayez de trouver de la déco.

Il y a plein de solutions :

- vous pouvez aller dans des magasins de déco qui vont vous aider à trouver des idées, mais attention, la déco coûte vite cher,

- vous pouvez aussi choisir de faire du soi-même. Il existe de nombreuses vidéos sur youtube, etc. qui montrent comment faire facilement vous-même votre déco une fois que vous avez choisi votre thème.

Votre vitrine va durer 15 jours, un mois.

Comptez aussi sur vos proches. Il y a moyen de faire des choses assez simples.

J'avais adoré une esthéticienne qui avait fait une vitrine avec des morceaux de sapin sur la façade de son institut. L'effet était plutôt sympa.

Voici une déco que j'ai beaucoup aimée (11). C'est celle d'un institut de beauté pour Noël, qui avait choisi de jouer sur la douceur avec des plumes sur le sapin, qui faisaient penser aux danseuses étoiles.



(11)

Une accroche visuelle et écrite

Autre point, votre vitrine doit avoir une accroche visuelle, donc une image, et une accroche écrite pour qu'on comprenne le thème de votre vitrine.

Produits en vitrine et en stock

Ce qui est important dans votre vitrine c'est d'avoir les bons produits, que vous la fassiez au bon moment, avec le bon thème, que vous ayez des produits en bonne quantité, c'est-à-dire que vous ayez du stock car il n'y a pas pire qu'une cliente qui a vu un produit en vitrine et qui, au moment de l'acheter, apprend que vous ne l'avez plus. Là, vous l'avez déçue. Donc, si jamais vous avez un produit qui n'est plus en stock, ne le mettez pas en vitrine !

Dernière chose qui va être importante, c'est le prix par rapport à cette fameuse loi de 1987.

...



(12)

UNE VITRINE, C'EST UNE VITRINE !

... Pas trop d'originalité !

Jouez sur l'originalité mais pas trop. Là vous voyez (12), c'est une vitrine pour Pâques, mais les tons me font penser à tout sauf à Pâques, on dirait l'automne. C'est affreux ! Donc, attention à l'originalité.

Le suivi des tendances

Essayez de suivre les tendances pour faire les thèmes de vos décors. Par exemple, cette année, il y a la tendance Black Modern, la tendance Terracotta. L'été, tout le monde vend des terres de soleil, donc jouez là-dessus, c'est la grande tendance de l'été. Faites des vitrines avec vos terres de soleil, ça va super bien ressortir.

J'adore le côté bohème-ethnique-chic-campagne-chic. Prenez des vieux meubles, et faites un côté un peu sympa dans votre vitrine.

Le Flower Power revient à la mode avec des fleurs séchées. Là aussi, ça c'est facile.

L'âge de pierre est aussi une grande tendance de l'année. Si vous aimez tout ce qui est pierres de lave, etc., vous pouvez jouer là-dessus.

Le vert sapin est à la mode (13). Si vous avez des cactus et du vert chez vous, profitez-en pour faire une jolie vitrine.



(13)



(14)

CE QU'UNE VITRINE DOIT VOUS APPORTER

Une vitrine doit vous apporter du plus, du plus de quoi ?

Des clients occasionnels car, quand ils vont passer devant (14), ça va leur plaire. Ils vont donc entrer !

Ça doit aussi vous apporter plus de chiffre d'affaires (15), environ 30 à 40 % de plus.



(15)

Voici une des vitrines des Galeries Lafayette ou du Printemps à Paris qui sont des vitrines qui représentent un budget énorme. Elles sont prévues plus d'un an et demi à l'avance et attirent des gens du monde entier. Si Les Galeries Lafayette et le Printemps misent autant sur leurs vitrines, c'est parce que ça rapporte énormément d'argent.

Pour faire plus simple

Voici tout ce qu'il faut retenir (16) :

- avant de faire votre vitrine, définissez votre thème, choisissez vos couleurs, choisissez une super déco, choisissez les produits qui vont avec, faites votre plan de masse au brouillon, et choisissez votre mobilier,
- ensuite, collez d'abord votre petit panneau «vitrine en cours», démontez votre ancienne vitrine, mettez tout de côté, vous rangerez après les anciens produits, nettoyez bien à fond votre vitrine, vérifiez la lumière, s'il y a des spots grillés, c'est à ce moment-là qu'il faut les changer,



(16)

- ensuite, remontez la nouvelle vitrine. Je vous conseille de commencer par mettre votre PLV car très souvent vous finissez par la PVL mais vous faites tout tomber. Vous perdez du temps bêtement. Positionnez vos produits, votre déco, pensez à vos prix et, à la fin, refaites un petit coup de nettoyage,

- après cela, faites un contrôle de votre vitrine. Sortez à l'extérieur, prenez du recul et demandez-vous si c'est beau ou pas,

- faites des réajustements si nécessaire, faites une checklist, c'est-à-dire une auto-évaluation de votre vitrine, tout ce qu'il y a de bien, ça vous permettra d'être sûre de n'avoir rien oublié et l'avantage est que vous pourrez déléguer cette mission de vitrine à vos salariées qui pourront elles-mêmes s'auto-évaluer et vous rendre un travail de qualité.

Pensez également au cours de votre contrôle à faire une table en magasin, pour les clientes occasionnelles, qui ont vu un produit dans la vitrine et le retrouvent immédiatement mis en avant sur votre table en magasin. Cela va vous permettre de satisfaire les clientes occasionnelles,

- enfin, suivez les résultats de votre vitrine, suivez le chiffre d'affaires pour constater son augmentation de 30 à 40 % de plus, faites un contrôle journalier pour vérifier vos stocks aussi, qu'il y a bien vos prix, que vous n'avez pas échangé un produit, et qu'il n'y a pas d'erreurs.

LES RÉSEAUX SOCIAUX

Enfin, dernière astuce que je tiens à vous donner : utilisez les réseaux sociaux avec vos vitrines, faites-en un événement, twitez pour raconter la création de votre vitrine, faites des directs pendant votre montage, vos clientes vont adorer. À ce propos, je vous recommande de lire dans le numéro d'avril 2019 des Nouvelles Esthétiques, un super article sur l'utilisation des réseaux sociaux et notamment Facebook.

Utilisez Snap aussi, il y a plein de filtres, c'est amusant. Utilisez aussi Instagram, faites rêver vos clientes avec de super belles photos de vos vitrines, je vous garantis que ça va inciter les gens à venir voir votre vitrine comme un événement. 📸

ULTIME ASTUCE

LES RESEAUX SOCIAUX



TWITTER
RACONTEZ VOTRE QUOTIDIEN VITRINE !



FACEBOOKER
FAITES DES DIRECTS DE VOTRE MONTAGE !



SNAPER
CREEZ DES MISES EN SCENES AVEC LES FILTRES !



INSTAGRAMER
FAITES REVER AVEC DES SUPERS PHOTOS !



EPSECO
VALENCE