

LE DÉCODEUR MARKETING

Devenez un expert aux côtés de nos équipes.

ÉPISODE #6 : Comment animer son point de vente ?

Février 2024



Un **point de vente** est un lieu physique (votre centre) ou virtuel (votre site internet) au sein duquel une entreprise vend des produits ou services aux consommateurs.

Pourquoi l'animer ? Afin de **générer du trafic** dans votre centre. L'idée est d'y attirer les prospects grâce à un environnement propice : **le rendre visible et accueillant**.

L'animation en point de vente a deux objectifs principaux :

1 Attirer le client depuis la rue



Vitrophanie



Enseigne drapeau



Oriflamme

Grâce aux éléments constituant la « vitrine » de votre travail : par exemple avec votre **vitrophanie** ou votre **signalétique** (enseigne drapeau, stop trottoir, beach flag, décor qui se voit parfois de l'extérieur). On distingue trois objectifs :

Au premier coup d'œil

Attirer le regard et capter l'attention des passants

Favorisez les couleurs vives et les grands visuels
SOYEZ ATTIRANT.

Une fois l'attention acquise

Informez de vos services et produits

Préférez les messages courts et directs, limitez vos mises en avant (un produit, une offre promotionnelle, un numéro de téléphone pour prendre rendez-vous)
SOYEZ PERCUTANT.

Dans l'ensemble

Créer une ambiance et refléter votre image de marque

Choisissez vos couleurs et visuels en fonction de votre identité graphique, mettez en avant votre logo ou le nom de votre enseigne, créez une cohérence avec ce que le prospect retrouvera dans votre centre et sur vos autres communications
SOYEZ RECONNAISSABLE.

L'idée est de mettre en avant des messages simples à comprendre et à retenir, **qui changent régulièrement**, pour attiser l'intérêt des passants. Par exemple, à l'occasion des **événements de l'année** (Noël, rentrée des classes...), de vos **offres promotionnelles** ou de la **sortie de nouveaux produits**.

75 % se souviennent d'un affichage dynamique, contre 44 % d'un affichage statique*

Conseil de pro pour faire la différence



Pensez à l'affichage **numérique**, une vidéo diffusée sur un écran est + regardée + retenue + incitative et adaptable + facilement.

*Sondage IPSOS.



2 Donner envie de rester à l'intérieur et de revenir

L'animation en point de vente rassemble **tous les dispositifs marketing visibles** dans votre centre :

- **Affichages** classiques, suspendus ou lumineux
- **PLV** (totems, présentoirs)
- **Factices**
- **Supports papier** : garder une trace du passage dans votre centre avec un flyer d'information à ramener chez soi par exemple

Comme pour l'extérieur de votre centre, il est important de garder **l'intérieur à jour**. Mettre en avant le lancement d'un **produit** est un excellent moyen **d'informer** vos patients des dernières technologies, **en leur donnant envie de les découvrir** et en les **réassurant sur l'évolution** de votre offre.

Conseil de pro pour faire la différence

L'animation de votre centre peut aussi être l'occasion **d'organiser des événements** (journées techniques, ouvertures...) pour offrir une expérience complète à vos patients.

L'animation en point de vente permet de créer un **environnement unique** pour vos patients, de les **informer sur vos produits** et services proposés, et de les **fidéliser**. Un patient qui se sent bien dans votre centre sera plus enclin à **acheter** vos appareils, à **revenir** ou à vous **recommander** à ses proches.



Signia vous accompagne !

L'équipe **Trade marketing** est disponible pour vous conseiller et réaliser des supports de **marketing personnalisés** : papier, courrier, web, affichage et bien plus encore !

Contactez au plus vite votre responsable commercial, ou l'équipe Trade marketing au **01 49 33 15 85** afin de préparer vos actions.

Rendez-vous dans **L'ÉPISODE (#7)** pour comprendre d'autres outils marketing.

L'équipe **Trade Marketing**
Partenaire de votre succès



signia