

Renouveler son regard sur son propre commerce et s'adapter aux attentes des clients ainsi qu'aux contraintes d'un environnement économique, social et technologique en constante mutation, tels sont les objectifs de l'action «Performance commerciale» que lance la CCI afin d'aider les commerces de proximité à se positionner dans un contexte nouveau.

# Objectif performance commerciale

«Faire ses courses» reste une aventure personnelle que chacun mène à sa guise. Il n'y a pas un client type mais une clientèle qui n'est jamais ni tout à fait la même ni tout à fait une autre mais reste ferme dans ses exigences.

## Comprendre le client

Un petit monde en soi qu'il importe de cerner au plus près pour percevoir certains comportements récurrents. Ceux-ci se déterminent en fonction d'éléments que chaque commerçant devra prendre en compte s'il veut s'adapter au mieux à l'acheteur potentiel. Ils tiennent au niveau de pouvoir d'achat, à la composition familiale, à l'âge, au temps disponible, au type d'habitat, à la mobilité, aux origines culturelles et ethniques, au lieu de vie,

## Acheter se fait plus volontiers dans la convivialité

etc. Pour que le client «craque», il faut par ailleurs qu'il soit séduit par le produit qui lui est proposé : son rapport qualité-prix, le plaisir esthétique, gustatif, olfactif ou même tactile ou sonore qu'il procure, les souvenirs qu'il réveille, à la manière de la madeleine de Proust, mais aussi la façon dont il prend en compte les questions sanitaires, écologiques ou humanitaires auxquelles nous sommes de plus en

plus sensibles en ce début de millénaire. Il va de soi également qu'acheter se fait plus volontiers dans la convivialité et qu'à ce niveau, les commerces de centre-ville, bien présents dans une majorité de cités et de bourgs d'Alsace, ont une carte à jouer. Un accueil chaleureux, des services adaptés, une vitrine attractive, un agencement judicieux... sont autant de «bulles» qui feront pétiller le contact. Mais attention, la recette n'est jamais définitive : les valeurs et les modes de vie changent, l'œil du client évolue. Rester en phase est essentiel.

## S'adapter aux partenaires

Si la clientèle évolue, les partenaires directs du commerçant ne sont pas en reste. La concurrence s'intensifie alors que les négocia-

tions avec les fournisseurs, les banquiers, les collectivités sont en pleine mutation. Internet continue à faire son chemin à la vitesse grand V et modifie considérablement la donne à plusieurs niveaux. Toutes ces mutations risquent de désarçonner plus d'un commerce de proximité et représentent, pour eux, autant de défis qui s'ajoutent à la difficulté de définir avec précision les attentes de la clientèle. Pour les aider à faire face, la Direction commerce de la CCI a mis en place l'action «Performance commerciale». Une opération qui veut sensibiliser le commerçant aux notions de qualité et de performance, l'inciter à améliorer ses prestations pour en fin de compte conforter son image auprès de ses clients et de ses partenaires.

Un jeu qui en vaut la chandelle ! <



## «Performance commerciale»: une démarche globale

### > Une expertise déclinée en trois phases :

#### 1 Sensibilisation

Rien de tel que de voir sur place et de discuter. Un conseiller rend visite au commerçant, discute avec lui afin de déterminer des pistes possibles d'amélioration et établit ensuite un diagnostic précis du point de vente.

#### 2 Formation et diagnostic approfondi

Une étape qui permet au commerçant d'acquiescer les outils et les connaissances utiles pour améliorer un de ses points faibles.

#### 3 Client mystère et charte

Un cabinet spécialisé ou un conseiller anonyme viendra «jouer» au client mystère afin de décoriquer l'accueil, le conseil et le service apporté par le professionnel.

Une charte de qualité pourra ensuite être élaborée avec les associations de professionnels. Rédigée sous forme d'engagements, elle sera affichée dans chaque commerce adhérent.

Cette expertise se structure donc en trois phases progressives et complémentaires qui restent cependant autonomes. Un commerçant pourra

librement s'engager dans l'étape 1 et 2 sans souscrire d'emblée à la phase 3. Ces différentes étapes pourront être envisagées, selon les cas, de manière individuelle ou collective.

#### Un label à la clé

Le commerçant qui aura suivi toutes les étapes de la démarche qualité proposée, pour ce qui est du volet individuel (hors Charte d'engagement client) et qui répondra aux critères de qualité, pourra obtenir le label «Performance commerciale» attribué par la CCI. <

> suite p. 14

## > Le programme de formation «spécial commerçants» de la CCI

Des formations qui doivent permettre au commerçant d'approfondir et améliorer différents points analysés dans le diagnostic du point de vente : accueil client, communication, gestion...

### Une meilleure approche du client en magasin

Développer ses qualités de communication pour être à l'aise face au client et adopter les techniques de vente propres à établir avec le client un dialogue positif et efficace.

> 580 € – 2 jours – novembre 2005

### L'aménagement de magasin et la décoration de vitrines

Connaître les principales règles en matière d'aménagement intérieur du point de vente (implantation des rayons et de la caisse, éclairage, couleurs) et de décoration de vitrine.

> 290 € – 1 jour – septembre et novembre 2005

### Marketing direct

Élaborer un fichier clients efficace, définir les cibles à atteindre et les actions à mettre en place, optimiser les résultats.

> 580 € – 2 jours – octobre 2005

### L'essentiel de la gestion pour les non-financiers

Comprendre les techniques de base de comptabilité et gestion ; élaborer un tableau de bord de gestion, établir le budget du point de vente et les prévisions budgétaires.

> 580 € – 2 jours – 4<sup>e</sup> trimestre 2005

### La gestion économique des achats et des stocks

Définir le bon moment pour commander, anticiper ses besoins ; optimiser ses stocks, bien négocier avec ses fournisseurs.

> 580 € – 2 jours – 4<sup>e</sup> trimestre 2005

Le programme complet et détaillé vous sera envoyé sur simple demande.

[ Renseignements et inscriptions CCI ]  
Brigitte Lafont, 03 88 75 25 65  
Nassira Lazzali, 03 88 75 24 76

## > Ils ont déjà joué le jeu !



[ Sylvie Martin ]

### > Sylvie Boutique, à Schirmeck

« On a tous besoin de ce genre de mise au clair ! » déclare Sylvie Martin, très heureuse d'avoir été choisie parmi les commerces «tests» destinés à peaufiner la méthode. « Deux conseillers de la CCI sont venus, précise-t-elle, ils se sont attachés à examiner à la fois l'extérieur et l'intérieur du bâtiment. C'est ainsi qu'ils ont noté non seulement la vitrine et l'enseigne mais aussi l'état des bâtiments voisins, celui de la rue... » Ces derniers éléments pouvant se révéler essentiels, de son point de vue, dans d'éventuelles discussions avec la municipalité.

#### Un commerce accueillant

« En ce qui concerne l'intérieur du magasin, tout a été passé en revue, raconte Sylvie Martin : le choix des produits, l'agencement mais aussi l'accueil du client qu'il soit direct ou téléphonique. » Aujourd'hui, elle attend avec impatience la venue du « client mystère ». « C'est le vrai test, explique-t-elle, celui qui nous permettra de nous situer concrètement. » Elle espère qu'un maximum de magasins adhéreront à la démarche « Performance commerciale », car il vaut mieux, pour un client, passer d'un commerce accueillant à l'autre et se sentir bien dans sa ville en faisant ses courses. « Le label sera une garantie de professionnalisme », conclut-elle. <

[ Contact ] 03 88 97 18 67

Pour plus d'infos sur cette entreprise :  
[www.strasbourg.cci.fr/entreprises](http://www.strasbourg.cci.fr/entreprises)  
N° Siren 404770620

### > L'Offre produits CCI

#### Diagnostic point de vente

Dans une première étape, la CCI vous propose de réaliser le diagnostic de votre point de vente, sans engagement d'aller plus loin dans la démarche si vous ne le souhaitez pas.

[ Si vous êtes intéressé, contactez votre conseiller terrain ] 03 88 75 24 76



[ Sylvie Tschiegg ]

## > Couleur Nature, à Pfaffenhoffen

« J'ai trouvé cet audit très intéressant, explique Sylvie Tschiegg. Je presentais certaines choses qui ont été pointées mais entre pressentir et entendre, il y a une différence et ce regard neuf sur ma boutique m'a vraiment intéressée. Nous avons discuté de la signalétique, de la façade, des vitrines, du rangement des linéaires, des couleurs... » De son point de vue, s'il est incontestable que chaque commerçant connaît son magasin, un point de vue extérieur et constructif ne peut être que bénéfique. « Cela m'a intéressée de croiser ce que pensaient les conseillers et ce que je pensais moi-même ! » raconte Sylvie Tschiegg qui, elle aussi, se réjouit à l'avance de la venue du client mystère. <

[ Contact ] 03 88 07 08 87

Pour plus d'infos sur cette entreprise :  
[www.strasbourg.cci.fr/entreprises](http://www.strasbourg.cci.fr/entreprises)  
 N° Siren 442632071



[ Nicole Baltzer ]

## > L'Univers du sac, à Niederbronn-les-Bains

« Au départ, j'ai eu un moment d'hésitation, confie Nicole Baltzer, et puis je me suis lancée en me disant qu'un conseil fait toujours avancer ». Elle n'a pas été déçue. Le conseiller CCI est passé chez elle avant les travaux d'agrandissement qu'elle projetait. Ils ont discuté de la luminosité et de l'aménagement intérieur mais aussi de l'aspect extérieur du bâtiment : la façade, l'enseigne, la vitrine. Les travaux intérieurs ont ensuite été réalisés sous l'égide de Nicole Baltzer. Aujourd'hui, elle attend le compte-rendu écrit du diagnostic établi sur son commerce et surtout... la venue du client mystère ! <

[ Contact ] 03 88 80 38 35

Pour plus d'infos sur cette entreprise :  
[www.strasbourg.cci.fr/entreprises](http://www.strasbourg.cci.fr/entreprises)  
 N° Siren 444857908



[ Pierre Paulus ]

## > Luminaria, à Lingolsheim

« Nous avons réfléchi ensemble, la conseillère et moi, déclare Pierre Paulus. Nous avons pointé deux ou trois choses qui gagnaient à être améliorées, notamment au niveau de la façade. Cependant mon souci principal reste celui de me faire connaître. Les gens qui viennent chez moi sont contents et reviennent. Malheureusement, il y en a encore trop peu qui savent que j'existe. » L'attente essentielle de ce commerçant qui ne demande qu'à commercer est donc de réfléchir à la meilleure publicité possible pour pallier le manque de passage dont souffre son magasin. Lui aussi est impatient de voir la démarche se poursuivre.

[ Contact ] 03 88 77 12 58

Pour plus d'infos sur cette entreprise :  
[www.strasbourg.cci.fr/entreprises](http://www.strasbourg.cci.fr/entreprises)  
 N° Siren 449810001

> Fin du dossier