

SAVOIR VENDRE SON ENTREPRISE POUR VENDRE SES PRODUITS

Les commerçants mettent-ils autant d'efforts à vendre leur commerce qu'ils le font pour leurs produits ? Pas toujours. Et pourtant, parce que la MRC de Roussillon accueille à chaque année un nombre important de nouveaux résidents, un commerçant a tout intérêt à se faire remarquer.

Comment ? Entres autres par son image commerciale. L'image que dégage un commerce est le premier message envoyé au client potentiel, la plus permanente des publicités, surtout si l'entreprise est située dans un lieu jouissant d'un certain achalandage. Pour attirer les consommateurs à entrer dans un commerce, la façade doit faire la promesse d'une expérience d'achat et l'accueil qu'on retrouve à l'intérieur doit la concrétiser.

L'architecture du bâtiment, l'affiche, la vitrine et l'éclairage extérieur devraient communiquer au client potentiel le maximum d'informations sur le type de produits qui y sont vendus. Par exemple, un commerce de produits hautement technologiques sera épuré, privilégiera des matières comme l'acier et la vitre et devra avoir un éclairage moderne. Si un consommateur cherche un téléviseur et désire la dernière innovation, il doit être capable de déduire que le petit commerce situé à côté de son restaurant préféré est assez innovateur pour la lui offrir. On nage dans le préjugé direz-vous ? Exactement, le client catégorise les commerces sans analyser en profondeur !

Et parce qu'il n'est jamais entré dans ce commerce, c'est l'image extérieure qui l'aura convaincu qu'il peut trouver ce qu'il y cherche. Une fois entré, il doit par ailleurs retrouver la même ambiance et le vendeur doit en connaître plus que ce client qui a passé la semaine à consulter les sites internet des fabricants de téléviseurs. Parce que les mêmes produits se retrouvent ailleurs, c'est le commerce que le client doit acheter !

Dans un monde où le temps est précieux, les gens apprécient trouver rapidement ce qu'ils recherchent. Cela peut les amener plus souvent qu'autrement à se rendre à un méga centre commercial où plusieurs détaillants du même type de produits s'y retrouveront. Cela peut également les inciter à tenter l'expérience dans un commerce situé à 5 minutes de leur domicile, mais pour cela, il ne doit pas y avoir de doute dans leur esprit que ce qu'il cherche peut s'y retrouver et trop souvent, le doute s'installe quand l'image commerciale ne s'arrime pas avec les produits offerts.

Si vous désirez en apprendre plus sur l'image commerciale, nous vous incitons à consulter notre [fiche-conseil](#) portant sur ce sujet ou contacter notre [conseillère en développement commercial au CLD de Roussillon](#).