



Comment augmenter ses ventes en magasin ?

5 leviers

Comment augmenter ses ventes en magasin ? Existe t-il des solutions simples pour augmenter le chiffre d'affaires de son magasin ? Quelle est la meilleure stratégie pour faire décoller les ventes de sa boutique ?

Les moyens d'augmenter ses ventes en magasin ne sont pas toujours évidents : une fois les solutions les plus coûteuses évacuées, le chef d'entreprise peut rapidement se trouver à court d'idées, ce qui peut entraîner un sentiment d'impuissance et une certaine démotivation.

Pourtant il est possible de relancer les ventes **avec un peu de méthode et d'imagination**.

Avant toute chose, augmenter ses ventes en magasin nécessite une **véritable stratégie**, ce qui implique de fixer des **objectifs clairs** et de savoir les décliner de manière cohérente :

- quelle est ma cible principale, quelles sont mes cibles secondaires ?
- quel est le segment de marché le plus porteur ?
- quelles sont les attentes de mes clients ?
- qu'est-ce qui me rend unique ?
- quels avantages concurrentiels devrais-je développer ?
- sur quelles gammes de produits dois-je me focaliser ?
- quel niveau de gamme et de service adopter ?
- pour obtenir des réponses à toutes ces questions, **il faudra peut-être mener une [enquête de satisfaction client](#)**.

Ensuite, augmenter ses ventes en magasin nécessite un peu de **rigueur méthodologique**.

Précisément, la méthode que nous vous proposons dans cet article est simple puisqu'il s'agit de jouer sur **les 5 leviers fondamentaux** qui déterminent le niveau des ventes en magasin, à savoir :

1. la fréquentation,

2. le panier moyen,
3. les gammes de produits,
4. le niveau des prix,
5. et le renouvellement.

Voici concrètement comment augmenter ses ventes en magasin.

Augmenter ses ventes en magasin : comment s'y prendre ?

Une fois vos objectifs marketing déterminés, vous pourrez réfléchir aux manières d'augmenter vos ventes en vous appuyant sur **5 leviers essentiels**.

1) Augmentez la fréquentation de votre point de vente.

Il existe de nombreux moyens d'augmenter la fréquentation de votre boutique, mais il vous faudra faire preuve d'imagination.

Avant tout, vous devez penser **customer centric** : ce sont vos clients et leurs besoins qui doivent être au centre, et non votre offre. Ce renversement de manière de penser sera la clé de votre réussite.

Ainsi vous pourrez vous concentrer sur des actions telles que :

- ouvrir plus souvent, ou plus longtemps, et afficher clairement vos horaires d'ouverture (y compris en ligne),
- améliorer **[l'expérience et la satisfaction client](#)** : primordial pour renforcer votre notoriété et enclencher le **bouche-à-oreille**,
- optimiser votre devanture (façade, enseigne, vitrine) pour attirer l'attention,
- créer des événements,
- participer à la vie du quartier,
- communiquer par flyers ciblés ou dans les médias,
- créer des partenariats avec les autres boutiques de votre quartier (attention à bien les sélectionner : vos produits ou services doivent être complémentaires),
- etc.

Misez aussi sur la **présence en ligne** (réseaux sociaux, annuaires en ligne, Google Maps, site internet vitrine...) car de plus en plus de clients préparent leur passage en boutique sur internet. L'objectif est bien sûr d'être visible et facile à trouver.

L'aspect de votre vitrine reste un élément essentiel que vous devez soigner. Si vous n'avez pas le sens de la décoration, faites appel à un professionnel étalagiste-décorateur en charge de mettre en valeur les espaces vitrés ainsi que l'agencement des magasins.

2) Favorisez l'augmentation du panier moyen.

Augmenter ses ventes en magasin, c'est aussi **donner envie au client d'acheter** une fois qu'il a passé le seuil de la boutique. Il faudra bien sûr proposer des produits qui répondent à ses attentes, mais ce n'est pas suffisant. Il s'agira d'influencer l'acte d'achat par une **mise en scène astucieuse** de votre offre. Le but est d'aider le client à se projeter, à s'imaginer en possesseur du produit, tout en garantissant un certain confort d'achat.

Pour cela :

- créez différents univers thématiques dans votre magasin,
- associez les produits entre eux pour favoriser le *cross-selling* et les ventes complémentaires,
- mettez en valeur les produits par la lumière et les couleurs,
- proposez des aides au choix (information sur lieu de vente, PLV),
- proposez des modèles de compositions ou des coffrets cadeaux,
- favorisez les achats d'impulsion (présentoirs de caisse par exemple),
- fournissez aux clients des sacs ou des paniers dans un but pratique,
- etc.

Voir aussi notre article : [Aménager son point de vente en fonction de son secteur d'activité.](#)

3) Devenez le spécialiste d'un type de produit en particulier.

Il s'agit de devenir expert dans un domaine spécifique ou sur une gamme de produits en particulier. **La qualité de vos conseils** autour de ces produits renforcera votre image de professionnalisme qui constituera un tremplin pour augmenter vos ventes.

Créez aussi un univers spécifique autour des produits concernés, à l'aide d'une décoration poussée : le client éprouvera une impression d'immersion qui favorisera l'acte l'achat. Soignez l'ambiance du lieu et optez pour un rayonnage adapté. Tout doit refléter ce que vous souhaitez communiquer au travers de ces produits. Recherchez une cohérence d'ensemble depuis l'éclairage jusqu'aux uniformes des vendeurs, en passant par l'argumentaire de vente, les odeurs présentes dans le rayon et bien sûr les produits eux-mêmes.

4) Baisser ou augmenter ses prix pour être plus compétitif.

Il s'agit ici de trouver le positionnement prix le plus adéquat en fonction de vos différents segments de clientèle, sachant bien sûr qu'il est possible de proposer des gammes de prix et de produits différentes.

Plusieurs stratégies sont envisageables :

- proposer des prix plus attractifs que la concurrence : cela peut-être une bonne idée si vos produits se distinguent peu de ceux des concurrents (attention cependant à ne pas trop dégrader votre marge),
- augmenter ses prix : possible si cela est cohérent avec le pouvoir d'achat de votre segment de clientèle cible,
- vous avez également la possibilité de faire des campagnes promotionnelles ciblées.

5) Renouvelez vos gammes de produits.

Vos clients fidèles apprécient vos produits, c'est une des raisons qui les poussent à revenir. Pourtant l'absence de renouvellement pourrait vous faire perdre une grande partie de votre clientèle à terme.

Informez-vous régulièrement sur les tendances de votre secteur et préparez l'avenir. Testez sans cesse de nouveaux produits et interrogez vos clients sur leurs attentes. Procédez par petites touches.

Souvenez-vous : augmenter ses ventes en magasin se joue souvent sur des détails !

Voir aussi notre article : [Comment augmenter le chiffre d'affaires de son magasin ? 20 conseils.](#)

Créez votre entreprise directement en ligne.

WikiCréa a sélectionné **Legalstart** pour vos formalités de création d'entreprise en ligne, tout simplement parce qu'il s'agit de l'offre la plus complète et la moins chère du marché. [Cliquez ici pour en savoir plus et débiter vos démarches en ligne.](#)

Des fichiers Excel pour gérer votre entreprise (gratuit).

WikiCréa a mis au point des outils Excel gratuits pour gérer votre entreprise :

- un modèle de **plan financier**, indispensable pour obtenir des financements : [cliquez ici](#),
- un **facturier** permettant d'établir devis et factures : [cliquez ici](#),
- un **document de suivi du chiffre d'affaires**, **obligatoire en micro-entreprise** : [cliquez ici](#),
- un **modèle de suivi de trésorerie** : [cliquez ici](#).