Addict group

Comment augmenter les **ventes** de son commerce

Le **Guide** complet

Sommaire

Mettre le client au cœur de sa stratégie 4

Optimiser la conception de son magasin 6

Se démarquer de ses concurrents 8

Vendre plus grâce une solution dédiée 10

Optimiser ses stocks 11

Les enjeux du commerce 2.0 13

Utiliser la technologie dans la gestion de son commerce 14

A propos d'AddictGroup 15

Le mot d'Addictgroup

Entre la concurrence féroce et l'émergence de services en ligne, les consommateurs ont aujourd'hui le pouvoir de négociation de leur côté. L'enjeu pour de nombreux commerçants est de réussir à tirer leur épingle afin de les reconquérir.

En effet, la distribution moderne est un tout nouveau terrain de jeu. Et avec des consommateurs plus avertis et mieux informés que jamais, les commerçants doivent s'armer avec de nouvelles connaissances, compétences et outils pour attirer l'attention des clients.

Pour vous aider à accomplir cela, Addictgroup a mis en place un guide complet pour la montée en puissance de vos efforts de vente. Ci-dessous vous trouverez des techniques efficaces et éprouvées pour mieux entrer contact avec vos clients et que vous puissiez conclure plus facilement vos ventes afin d'augmenter votre chiffre d'affaire.

Chapitre 1

Mettre le client au cœur de sa stratégie

Les magasins doivent créer les conditions d'une relation avec le client plus forte et intime. L'adhésion du client à votre commerce passe par la connaissance de ses besoins, le conseil, le service mais aussi par la mise en scène du service plus que par le produit lui-même.

Apprenez à connaître vos clients.

Vous devez apprendre à recueillir des données profondes et significatives concernant vos futurs clients. Aller au-delà des choses de base comme l'âge, le sexe, le revenu, et l'emplacement pour comprendre vraiment ce que les gens ont besoin

.

Vous pouvez aussi extraire des données sur vos clients existants. Qui sont vos clients les plus fidèles ? Combien de fois reviennent-ils dans votre magasin ? Quels produits ont-ils acheté auprès de vous dans le passé ? Ces données vous permettront d'adapter la façon dont vous aborderez chaque client en fonction de leur profil. Par exemple, si vous êtes au courant de ce que quelqu'un a acheté dans le passé, vous serez en mesure de faire des recommandations plus pertinentes des produits et offrir de meilleurs conseils.

Soyez un expert de votre domaine

Pour veiller à ce que tout le monde dans votre équipe soit un spécialiste des produits que vous vendez, élaborez un programme de formation à vos employés afin de leur enseigner tout ce qu'ils doivent savoir sur vos marchandises. Dites-leur tout au sujet des spécifications du produit, caractéristiques et avantages, et assurez-vous qu'ils soient au courant de ce que vos meilleurs vendeurs font et quels sont les produits à recommander à certains types de clients.

Enseignez également à votre personnel comment vendre vos produits à travers du storytelling. Comme vous le verrez ci-dessous, l'objectif est de raconter une histoire avec vos produits, plutôt que des caractéristiques ou des listes d'avantage. Cette technique est beaucoup plus puissante et engageante et va permettre à votre équipe de vendre vos marchandises plus efficacement.

Rassurez au maximum votre client

Les consommateurs ont tendance à faire confiance aux personnes qui savent ce dont elles parlent. C’est pourquoi vous devez montrer que vous êtes un expert dans vos produits ou dans un domaine pour vous aider à augmenter vos ventes. Pour cela vous devez savoir ce qui se passe dans votre secteur d'activité. Par exemple, si vous vendez des appareils mobiles, alors vous et vos collaborateurs ont besoin d'être au courant des dernières technologies et avoir une idée de ce qui sort prochainement. La connaissance de tout cela vous permettra de fournir des descriptions et des recommandations de produits plus riches auprès de vos clients et vous serez également plus crédible à leurs yeux.

Chapitre 2

Optimiser la conception de son magasin

Étant donné que chaque magasin est différent, il n'y a pas forcément de règle universelle qui va marcher pour chaque commerçant. Il y a cependant, quelques lignes directrices qui peuvent vous aider à optimiser votre magasin que vous voudrez peut-être garder à l'esprit.

Mettre à jour votre vitrine de façon régulière et inviter les gens à vous retrouver en ligne.

La vitrine est l'autre élément de référence pour l'identité du magasin : c'est la carte de visite du commerçant. Changez vos vitrines régulièrement (idéalement deux fois par mois), pour garder votre vitrine fraîche et donner de nouvelles raisons aux clients de venir dans votre boutique. Les vitrines doivent être réalisées en cohérence avec le reste de la boutique. Les vitrines surchargées, comme on les voyait jadis, ont vécu. L'offre doit être claire pour permettre au client de savoir si ça lui correspond.

Afin de maximiser vos ventes potentielles, assurez-vous que votre vitrine communique suffisamment sur vos produits ou services lorsque votre magasin est fermé afin de projeter vos clients lorsqu'ils reviendront plus tard. Mettez également en avant votre site web sur votre vitrine avec éventuellement des flash codes vers vos réseaux sociaux. Effet garanti !

Soyez réfléchis sur les utilisations de couleurs.

Les couleurs peuvent influer sur les perceptions et les actions des consommateurs. Choisissez votre palette à bon escient afin d'exploiter au mieux l'aménagement de votre magasin. Le rouge, par exemple, donne aux gens un sentiment d'urgence, ce qui est idéal lorsque vous mettez en place des promotions événementielles

Le bleu en revanche évoque la confiance, encourage le calme, et peut être utilisé pour apaiser les clients.

La salle de détente et d’essayage

Cette pièce est importante, car elle permet de retenir le client indécis sur son choix. De plus, une telle pièce procure une élégance de par l’agencement du mobilier. En effet, cette salle du magasin doit être la seule qui puisse permette au client d’admirer la décoration de votre commerce, abstraction faite des produits. Par ailleurs, un tel espace suscite la conversation et la convoitise du visiteur.

L’agencement du magasin

L'agencement de l'intérieur doit être pensé de sorte que le client découvre, confortablement, l’étendue de votre offre. L’important est surtout de créer une atmosphère chaleureuse et conviviale où il se sent à l’aise et qui lui donne envie de rester. Mais tout part du produit ! Il faut trouver une cohérence avec le lieu et mettre en place une ambiance autour des odeurs, des couleurs ou des sons.

Chapitre 3

Se démarquer de ses concurrents

Développer une image de marque qui vous différencie de votre concurrence est essentiel afin que votre cible puisse vous identifier. Ce faisant, vous aurez non seulement une augmentation de vos ventes mais vous gagnerez également la fidélisation de vos clients afin qu'ils deviennent ambassadeurs de votre commerce.

Offrez une expérience client unique

L'expérience client est souvent considérée comme la clé du succès des commerces qui se démarquent. Vous devez penser à des éléments qui peuvent augmenter l'expérience de vos clients lorsqu'ils achètent vos produits ou font affaire avec vous. Plus vous leurs offrez une expérience unique, plus il y a des chances qu'ils en parlent dans leur entourage. Vous devez aussi vous assurer que votre façon de faire soit communiquée à toutes les personnes impliquées au service client afin qu'elle soit respectée.

Restez flexible

Établir un plan d'action pour atteindre des objectifs précis est fort utile. Vous devez toutefois restez flexible et souple dans l'élaboration de votre plan. Il est fort probable que vous ayez en cours de route des imprévus ou de nouvelles opportunités d'affaires. Vous devez toujours prévoir ces possibilités pour être en mesure de prendre des décisions rapidement lorsqu'elles arrivent.

Un processus de distribution des plus exemplaires

La seconde raison d'être du commerce se résume par la distribution de son produit. Sa distribution se doit de respecter le chemin le plus court vers la clientèle, aux prix les plus concurrentiels, tout en préservant bien entendu, la qualité de la marchandise ou de la prestation.

Votre boutique devra s'adapter aux demandes multiples de la clientèle et dans les meilleurs délais. Ceci dans le but d'assurer une bonne publicité au niveau des différents réseaux sociaux afin de démarquer son entreprise au plus haut point de sa concurrence.

Mettez en avant plan vos forces

Chaque entreprise a ses forces et ses faiblesses. Même si vous avez un service ou produit similaire à un autre concurrent, il y a de grandes chances que vos forces ne soient pas les mêmes. Parlez ouvertement de vos forces et de vos plus grandes réussites. Cela vous aidera à vous positionner dans votre secteur d'activité.

Améliorez régulièrement votre offre de services et vos produits

Faire de la veille sur le web sur son secteur d'activité est important. Soyez à l'écoute des commentaires de vos clients. Questionnez-les pour savoir s'ils apprécient votre produit ou vos services. Écoutez aussi ce que l'on dit sur votre entreprise sur internet. Ces démarches vous permettront de noter des commentaires qui pourront vous permettre d'identifier des problèmes à régler, des opportunités d'affaires et même des idées pour améliorer vos services et produits.

Chapitre 4

Vendre plus grâce une solution dédiée

Pour tous les magasins et les commerçants, être doté d'un logiciel de caisse performant et fiable est aujourd'hui indispensable afin de maximiser et optimiser les ventes de son commerce.

Il y a beaucoup de systèmes de caisse enregistreuse réactifs et magnifiquement conçus qui peuvent rendre plus facile et plus rapide la vente de vos produits à vos clients et de les inciter à revenir dans votre boutique. Un bon exemple pour cela est notre logiciel de caisse Addictill qui fonctionne sur PC, Mac, tablette ou smartphone Androïd. Que vous soyez en ligne ou hors ligne vous pouvez vous connecter aux derniers modèles de matériel tels que les imprimantes de reçus, les scanners de codes à barres, les tiroirs caisses et beaucoup plus encore.

C'est une des meilleures solutions pour les magasins, en particulier lors de l'utilisation d'une caisse enregistreuse en ligne. Vous serez alors en mesure de connecter votre boutique en ligne de type Prestashop en quelques minutes et vous pouvez gérer tous vos profils de clients et de l'inventaire en un seul endroit. Tout ce que vous devez faire est d'ajouter tous vos produits et de remplir les commandes et apporter votre opération commerciale dans votre compte.

Encaisser les paiements plus facilement

Grâce à un logiciel de caisse connecté, il sera plus facile pour vous d'obtenir tous les paiements de vos clients. Par simple connexion à un appareil à cartes bancaire à votre tablette, acceptez chèque, espèces, chèques-cadeaux et d'autres types de paiements.

Mieux gérer

Un logiciel de caisse en ligne vous permet à la fois de gérer vos commandes, vos livraisons, vos stocks, vos promotions mais également vos employés en visualisant leurs ventes individuelles. Vous pouvez également contacter vos clients directement via l'outil de gestion par mail et tout cela est possible grâce à la solution en cloud du logiciel de caisse en ligne.

Développer votre entreprise

En connaissant mieux votre entreprise vous rester sur le dessus de la compétition en vous offrant une vue précise des ventes et de la performance de vos produits. Avec l'aide de notre système de gestion intégré, vous serez en mesure de gérer toutes vos affaires facilement. Le logiciel de caisse vous permet également de gérer vos rapports de vente et facilite ainsi la gestion de votre activité via des tableaux de bord détaillés.

Vous réconciliez avec votre comptable

Si vous voulez faire évoluer votre entreprise, il est indispensable d'avoir une bonne gestion financière. Les systèmes de caisse enregistreuse en ligne communiquent entre eux et sont complètement intégrés, en assurant eux-mêmes la tenue de la comptabilité et des stocks. Ils peuvent même générer des fichiers d'écritures comptables à votre place afin de faciliter votre gestion comptable. Il est alors plus facile de respecter les obligations comptables et ainsi éviter de perdre du temps.

Chapitre 5

Optimiser ses stocks

Bien gérer ses stocks de marchandises est une mission essentielle permettant à l'entreprise de pouvoir augmenter son chiffre d'affaire. Une gestion efficace et organisée des stocks garantit aux entreprises une réduction de leurs coûts. Deux philosophies s'opposent alors : stocker trop ou pas assez, ces deux visions ont dans l'excès des conséquences positives mais aussi néfastes sur les résultats de l'entreprise.

Éviter le surstockage

Le surstockage à un coût, c'est indéniable, il peut même coûter très cher. Un volume de marchandise mal contrôlé peut engendrer des coûts de stockage dits « fixes » (bâtiments, matériel de manutention, étagères, entrepôts...) et des coûts dits « variables » (salaires, entretien, électricité...). Ces coûts ont un poids conséquent dans les comptes d'exploitation. D'autre part le surstockage immobilise inutilement des capitaux.

Le surstockage nous emmène également à un autre point, le besoin en fonds de roulement (BFR), correspondant au montant que l'entreprise doit financer afin de couvrir le besoin résultant des décalages des flux de trésorerie. Il se compose donc de deux éléments : les stocks et la trésorerie. Dans les faits, diminuer son stock fait mécaniquement augmenter sa trésorerie et baisser le BFR.

Attention à la rupture de stock

Autre problème issu d'une politique non optimisée des stocks, la rupture de stock. Elle peut mener une entreprises directement dans le mur. En plus de faire perdre des ventes, la rupture de stock à un effet négatif sur le taux de service et peut donc pousser les acheteurs fidèles de l'entreprise vers la concurrence.

Une rupture de stock peut également désorganiser entièrement un système de production et une chaîne logistique. Une politique de stock efficace doit donc réussir à éviter le surstockage sans tomber dans la rupture de stock parfois mortelle pour les entreprises.

Pour limiter ce risque de rupture il est important de connaître pour chaque référence, produit ou matière stockée :

•Le délai d'approvisionnement

•Les quantités présentes en stock à n'importe quel instant

•Le niveau d'alerte : permettant de déclencher une commande auprès du fournisseur

•Le niveau de stock de sécurité : permettant de faire face à une augmentation importante des ventes ou de la production.

Arbitrer entre les coûts

Les coûts liés à la gestion des stocks ne sont pas toujours clairement identifiables et certains sont régies par des logiques contradictoires :

- **Les coûts des stocks dormants** : des stocks dormants peuvent être entreposés à perte, dans ce cas, l'entreprise doit identifier rapidement les stocks qui ne tournent plus pour réduire au maximum les coûts de stockage.
- **Les coûts de passation** d'une commande auprès des fournisseurs. Les frais de transport, les frais administratifs etc. Se multiplient si l'entreprise recherche le niveau de stock le plus bas, les commandes seront plus fréquentes.
- **Les frais de possession des stocks.** L'augmentation du volume de stockage augmente les coûts liés au loyer des locaux, aux frais d'assurance, d'entretien...
- **Les coûts de rupture de stock.**

Rationaliser sa politique de stock

Une politique de gestion des stocks optimale passe par des processus rationalisés. Que ce soit un processus de transmission de l'information, de souplesse d'approvisionnement mais aussi un choix de logiciel de gestion plus efficace.

Plusieurs solutions d'amélioration sont envisageables pour les entreprises qui souhaitent réorganiser leur politique de stockage.

Avec le développement du e-commerce et des services de livraison « express » et « J+1 », la gestion des stocks en flux tendu pourrait être la solution la plus efficace pour réduire les volumes stockés.

Chapitre 6

Les enjeux du commerce 2.0

La digitalisation des nombreux secteurs professionnels est incontournable pour les commerçants. L'un des principaux enjeux du commerce 2.0 est d'accompagner les commerçants dans les nouveaux comportements de la clientèle, elle-même de plus en plus connectée.

Une mutation digitale importante pour les commerçants

Les clients n'ont jamais autant utilisé internet et les médias sociaux pour effectuer leur choix, donner leurs avis, partager des informations etc, concernant les commerces qu'ils côtoient.
Cette digitalisation et ce nouveau phénomène social devient alors un enjeu incontournable pour les gérants de commerce.

Afin de suivre la croissance fulgurante de cette digitalisation, les dirigeants de commerce doivent accélérer de leur côté leur mutation technologique à tous les niveaux de leur exploitation.
D'une part, l'expérience digitale va permettre au consommateur d'avoir une expérience rapide, fluide et personnalisé. D'autre part, le commerçant va optimiser la gestion de sa structure avec des outils clés en main comme : la gestion des stocks, des commandes, la création d'un programme de fidélité et la possibilité de communiquer directement avec le client.

Le commerçant doit alors trouver l'équilibre adéquat entre le contact humain et les nouvelles technologies. Certains, voient encore dans cette digitalisation, la perte de valeur du contact humain et de la proximité. Toutefois, ils restent conscients que ces changements peuvent accroître de façon conséquente la gestion de leur programme de fidélité et donc de fidéliser encore plus les clients.

Entre dynamisme et souplesse

Ces nouveaux équipements high-tech ressemblent à première vue à des tablettes tactiles grand public. Ce format offre aux professionnels la mobilité dont ils ont besoin. Légères et très compactes, ces tablettes sont composées de toute la technologie nécessaire au bon fonctionnement d'un commerce.

Ces nouvelles solutions offrent également une expérience plus dynamique. Dans certains types de commerce comme la restauration par exemple, le personnel n'a plus besoin de rester au comptoir et peut désormais aller directement à la rencontre du client, sans que ce dernier ne soit obligé d'attendre.

La digitalisation des équipements pour les commerçants est un accélérateur de business. En effet, ces derniers vont permettre de fidéliser la clientèle et d'attirer de nouveaux clients, donc de générer plus de revenus.

Chapitre 7

Les nouvelles technologies aux services des commerçants

Nombreux professionnels sont donc touchés par la digitalisation. Aujourd'hui, équiper son commerce avec des équipements high-tech, est crucial voire vital pour sa pérennité. Peu importe la nature du commerce : bar, restaurant, magasin, fleuriste... Il est facile de trouver des solutions de vente adaptées qui vont permettre au gérant de gagner du temps dans sa gestion, de satisfaire au maximum sa clientèle et d'attirer de nouveaux clients.

Utiliser une caisse enregistreuse tactile dans son commerce

L'utilisation d'une caisse enregistreuse tactile et connectée serait judicieux pour optimiser la gestion de son commerce. Ces caisses enregistreuses nouvelle génération vont se présenter comme des outils efficaces et intuitifs. Ces nombreuses fonctionnalités s'adapteront facilement aux différents besoins d'un commerce de toute nature.

Elles sont un outil indispensable pour les gérants mais également pour les salariés. Gestion des stocks, gestion des tickets de caisse à distance, gestion des programmes de fidélité mais également transmission automatique d'informations à tout le personnel. Chacun profitera des expériences digitales proposées par ces outils.

La comptabilité est une tâche qui peut devenir très rapidement compliquée pour les commerçants. Les solutions informatiques vont apporter aux gérants de nombreux automatismes afin d'éviter les erreurs de calcul, de gérer la TVA et de suivre le chiffre d'affaire en direct.

Mieux gérer son temps de gestion

L'ensemble des ses fonctionnalités avancées font des caisses enregistreuse tactiles des réels outils de gestion pour les commerces et optimisent considérablement le temps passé pour la gestion. Il est possible de gagner plus de 4 heures par semaine de travail administratif.

De plus, les caisses enregistreuses tactiles permettent l'élaboration de plusieurs stratégies multi canales. La possibilité de toujours avoir un œil sur les ventes réalisées permet au gérant de visualiser les performances en direct et de s'adapter rapidement face au situation.

En résumé, ces nouveaux matériels de gestion permettent une économie de temps non négligeable, et une optimisation de la gestion du commerce. Part sa petite taille et sa mobilité, les caisses enregistreuses tactiles améliorent les conditions de travail. Ces équipements 2.0 ont pour objectif de satisfaire aussi bien les commerçants que les clients.

À propos d'AddictGroup

Addictgroup.fr est une marketplace de solutions de gestion destinée aux gérants de commerce (logiciel de caisse, terminaux de paiement, programme de fidélité, synchronisation site e-commerce, simplification de la comptabilité...).

L'objectif est de permettre aux gérants de commerce de tout type de posséder une seule interface unique pour gérer leur établissement et ainsi leur donner des outils aussi puissants que ceux utilisés dans la grande distribution. Ces outils permettent :
•**d'optimiser la gestion quotidienne du commerce :** interconnexion entre la comptabilité, les TPE, le logiciel de caisse, la gestion d'un site e-commerce etc.
•**de travailler avec des équipements high-tech et connectés**
•**de bénéficier de modèle SaaS** pour s'équiper de solutions puissantes adaptées à leur budget.

Addictgroup, éditeur de logiciels de gestion destinés aux gérants de commerce de proximité, commercialise une caisse enregistreuse tactile, Addictill. Cette caisse enregistreuse tactile et connectée offre de nombreuses fonctionnalités à tous les types de commerçants, que ce soit un restaurant, un bar, une boulangerie, un salon de coiffure, un fast-food... Des fonctionnalités portant notamment sur la gestion des stocks, des livraisons, des utilisateurs, de la TVA, des programmes de fidélité, du taux de perte etc...

Ce logiciel de caisse offre également la possibilité de lier votre site internet Prestashop avec l'outil de gestion Addictill pour unifier sa gestion opérationnelle courante.
De plus, après avoir téléchargé l'application de caisse enregistreuse, le commerçant peut gérer cette caisse enregistreuse en ligne et également en mode hors connexion.

Addict group