

## Le cinquième rayon

Le vendeur doit connaître toute la gamme des produits d'entretien qu'il vend avant d'en vanter les mérites. Pour cela, il doit en faire usage ou s'informer en utilisant des sources fiables. Le client doit ressentir qu'il a affaire à un vrai professionnel et non à un vendeur qui répète à longueur de temps les mêmes arguments.

C'est au moment où le client a fixé son choix que le vendeur développe le sujet de l'entretien et non à la fin de la vente. Le client ne doit pas avoir l'impression qu'on veut lui "fourguer" un objet supplémentaire pour quelques sous de plus !

Le vendeur doit intégrer dans son argumentation générale la valeur ajoutée du produit d'entretien sur l'usage de l'objet désiré. L'entretien doit rentrer dans la conversation comme un élément incontournable. Si le vendeur développe son sujet dans l'intérêt de son client, celui-ci sera plus facilement demandeur.

Les produits doivent être visibles en caisse. Le client doit pouvoir dire au moment du règlement : « Vous me rajoutez la crème, l'imperméabilisant, ... ».

Alain Madec (formateur).


marché. Seuls de bons conseils pourront rassurer le consommateur et l'inciter à entretenir ses chaussures. » « Cet apport assure toute la différence entre les détaillants et les réseaux GSS et la GMS », confie José Morgado, directeur commercial chez De Clermont. « Un segment où le produit est aussi important que le conseil. » Telle est la vision du 5<sup>e</sup> rayon résumée par Jean-Christophe Baltayan, à la tête de la cordonnerie haut de gamme éponyme.

### INNOVATION PRODUITS

Mais la seule implication et bonne volonté des professionnels ne suffit pas. Les produits doivent être attractifs, variés et adaptés aux évolutions des matières. « Ce rayon a longtemps stagné, or c'est un plus indispensable pour les détaillants. En effet, il est générateur de marge et perçu comme un service supplémentaire qui répond aux besoins des clients. Mais aujourd'hui ce segment a retrouvé du dynamisme. La variété des assortiments de chaussures pousse vers toujours plus de diversité et d'innovations, notamment grâce à des nouveautés destinées à une clientèle féminine comme les accessoires en gel transparent. Les produits du 5<sup>e</sup> rayon ont beaucoup évolué ces dernières années et suivent les tendances (gel, aloe vera, bio, micro-fibres, bien-être...). On note également une véritable montée en gamme des produits, tant dans le choix des matières, toujours plus innovantes, que dans leur présentation. Les lacets noir, marron et blanc tiennent toujours

le haut du pavé mais le consommateur recherche aussi la fantaisie des coloris ou impressions pour se démarquer ou "coller à la mode" », remarque José Morgado. « L'essentiel de la clientèle est féminine, c'est pourquoi il est important de proposer des produits et packaging qui les séduisent. De même que pour l'achat des chaussures, il ne faut pas négliger le facteur émotionnel dans l'achat d'un produit d'entretien. Bama International commercialisait jusqu'alors deux marques, Tana et Bama (Tana pour les produits d'entretien et Bama pour les semelles). Suite à des études consommateurs, et afin de mieux répondre aux tendances du marché, Bama International propose désormais tous ses produits sous la même marque, Bama. La nouvelle gamme Bama répond à tous les besoins de soins pour chaussures. Quant à la nouvelle gamme semelle Bama, elle propose également des semelles à soutien voûte plantaire qui correspondent aux nouvelles tendances de consommation », détaille Sophie Kernen. Nouveau logo, nouveau design, nouveaux packs, nouveaux produits, ... La marque a ainsi fait peau neuve. Des évolutions produits indispensables pour s'adapter aux marchés, tendances et nouveautés matières. « De Clermont a revu sa gamme professionnelle afin de proposer des produits qui répondent aux attentes des consommateurs. Notamment via le lancement d'une ligne complète d'accessoires en gel transparent et la mise au point d'une semelle à l'Aloe Vera exclusive testée dermatologi-



**Pedi Girl**   
le Bien-être en marche !

27 rue des Vendéens  
85590 St-Malo-du-Bois  
Tél. 02 51 92 34 04  
Fax 02 51 92 34 54  
contact@pedigirl.fr