

Guide retail : nouvelles règles du jeu en temps

difficiles

Comment assurer
la croissance quand
le client réfléchit à
ses choix

Dans ce
guide, découvrez
comment réagir avec
une **sélection ciblée**,
des produits malins
et une **expérience**
marquante en
magasin.

Le consommateur change :

- Achats plus conscients
- Attend plus de valeur

Le shift en un coup d'œil

Les achats sont moins
impulsifs, mais les clients
restent **sensibles à**
l'émotion

La confiance et
l'expérience priment
sur le prix et le volume

Les petits achats restent
populaires, les grands
achats sont postposés

La durabilité et la
transparence gagnent
en importance



1 Des choix plus pointus, pas plus vastes

Une sélection claire est plus forte qu'une offre surchargée.

Comment vous y prendre :

- Ayez un style clair et une collection cohérente
- Achetez en pensant à votre client idéal
- Choisissez des produits qui apportent vraiment quelque chose à votre magasin

Pourquoi ça fonctionne :

Une sélection forte facilite le choix du client et renforce votre identité.



2 Mettez sur les petites tentations

Les produits accessibles continuent de vendre, même en temps difficiles.



Notamment les...

- Accessoires et décoration
- Produits parfumés et cadeaux
- Basiques de qualité

Comment les utiliser :

Donnez-leur une place stratégique en magasin (caisse, hot spots).

Pourquoi ça fonctionne :

Les clients recherchent les petits moments de bonheur sans grandes dépenses.

3 Vendez par l'histoire, pas par le prix

Le prix n'est pas tout. La compréhension et l'émotion font la différence.

Comment vous y prendre :

- Racontez l'histoire derrière vos produits
- Utilisez le storytelling, en magasin et en ligne

La bonne idée :

Proposez de brèves vidéos, accroches et recommandations personnelles.

Pourquoi ça fonctionne :

Les clients sont plus vite convaincus quand ils comprennent la valeur.

4 Faites de votre magasin une expérience

Aujourd'hui, le retail physique est une question de sensation, pas de rapidité.

Misez sur :

Le conseil personnel et le service.

Pensez aussi aux...

- Petits événements et présentations de produits
- Storytelling saisonnier

Pourquoi ça fonctionne :

Les clients reviennent vers les endroits où ils se sentent bien.

5 Usage futé de la technologie

La digitalisation aide à augmenter votre pertinence

Ce qui fonctionne actuellement :

- Recommandations par I.A. sur la base du comportement d'achat
- Communication personnalisée (e-mail, réseaux)

Pourquoi ça fonctionne :

Les clients souhaitent une expérience sur mesure, aussi en retail.



Le rôle de vos partenaires

Les retailers forts s'appuient sur des partenaires solides

Ce que vous pouvez attendre :

- Infos produits claires et storytelling efficace
- De l'inspiration visuelle pour votre magasin et les réseaux sociaux
- Des produits à l'excellent rapport qualité-prix
- Un support via des activations ou du conseil personnel

Prêt(e) à rendre votre magasin future-proof ?

Tirez le maximum de votre visite chez Trademart. Explorez à l'avance l'offre de marques sur [trademart.be](https://www.trademart.be) et opérez un choix ciblé des collections qui préparent vraiment votre magasin au futur.

