

Maintenir un espace commercial attractif et fonctionnel

L'attractivité de l'espace commercial se joue dans les détails perçus par le client : façade et vitrines, propreté, lumière, musique, signalétique, attente en caisse, outils digitaux. Maintenir un espace attractif et fonctionnel est un travail quotidien, mesuré par des audits et des indicateurs.

Le marketing sensoriel et l'ambiance

Sens	Leviers	Effets recherchés
Vue	Éclairage, couleurs, vitrines, mise en scène, propreté	Attirer, orienter, valoriser les produits
Ouïe	Musique (tempo, volume, style), annonces, silence	Rythme de visite, humeur, image
Odorat	Signature olfactive, odeurs des produits (pain, café)	Mémorisation, appétence, temps passé
Toucher	Produits accessibles, matières, essayage, démonstration	Appropriation, réduction du risque perçu
Goût	Dégustations, échantillons	Conversion, découverte

L'ambiance (température, espace, confort des cabines, zones de repos) et la cohérence avec le positionnement conditionnent le temps passé, le taux de transformation et le panier moyen. Les droits de diffusion musicale (Sacem) s'appliquent.

La tenue du magasin : propreté, signalétique, sécurité

La tenue du magasin repose sur des routines : check-list d'ouverture et de fermeture, rangement et réassort continus, nettoyage, contrôle des étiquettes et des prix (affichage obligatoire, prix au kilo ou au litre), signalétique claire (univers, allées, promotions, services), balisage des caisses et des files d'attente. L'hygiène (chaîne du froid, plan de maîtrise sanitaire en alimentaire), la sécurité des personnes (issues, extincteurs, registre de sécurité) et l'accessibilité font partie des contrôles.

Les outils digitaux en magasin

Étiquettes électroniques (prix à jour, promotions synchronisées), bornes et tablettes (catalogue étendu, commande en magasin), écrans et affichage dynamique, Wi-Fi client, QR codes vers les fiches produits et les avis, paiement mobile et caisses libre-service, click and collect et casiers, applications de fidélité : le digital fluidifie le parcours et enrichit l'information, à condition d'être entretenu (écrans en panne, bornes hors service nuisent à l'image).

Mesurer l'attractivité

Outil	Ce qu'il mesure
Grille d'audit pondérée, visite mystère	Tenue du magasin, accueil, attente, conformité ; score comparable d'une visite à l'autre
Comptage et taux de transformation	Visiteurs, tickets ÷ visiteurs, temps de visite
Enquêtes de satisfaction, avis en ligne, NPS	Perception des clients par critère
Indicateurs de caisse	Panier moyen, temps d'attente, abandons

Les priorités d'amélioration se choisissent sur le gain potentiel (critères à poids élevé et note faible) et sur le coût ; une rénovation se justifie par son effet attendu sur la transformation et le panier (délai de récupération, ROI), à vérifier par une mesure avant/après.

L'essentiel à retenir

- Cinq sens et ambiance cohérente avec le positionnement : l'attractivité se construit et s'entretient.
- Routines de tenue du magasin : propreté, étiquettes et prix, signalétique, sécurité, accessibilité, outils digitaux en état.
- Mesurer par grille d'audit pondérée, visite mystère, taux de transformation, satisfaction.
- Une amélioration se chiffre : effet sur la transformation et le panier, marge supplémentaire, délai de récupération.