

# Comment augmenter LA FRÉQUENTATION DE VOTRE BOUTIQUE ?

INVITATION  CCI YONNE

mardi  
**14**  
MARS

à partir de 19 h 00  
à la salle Jean Ferrat  
**MIGENNES**



## COMPTE - RENDU



### 26 commerçants présents

Ce sont 26 commerçants représentant 20 enseignes du secteur, qui se sont rendus à la salle Jean FERRAT ce 14 mars 2017.

Monsieur François BOUCHER, Maire de Migennes a introduit les propos en rappelant l'évolution permanente des comportements d'achats et leur influence sur les commerces de proximité.

Monsieur Julien SISSOKO, responsable d'études à la CCI de l'Yonne, a présenté les quatre thématiques abordées lors de la soirée comme autant de questions rencontrées par un commerçant.

### 4 tendances fortes pour l'environnement commercial

Le territoire du Migennois est marqué par un ralentissement démographique qui ne doit pas faire oublier la relative jeunesse de sa population. Ceci pouvant être l'occasion d'attirer des familles avec des espaces dédiés en boutique. L'économie locale, encore très productive, génère des revenus salariés pouvant potentiellement être dépensés localement. Ce n'est pas le cas de tous les territoires de l'Yonne où la part des revenus provenant de l'extérieur est plus élevée.

Les flux de consommation captés par les commerçants locaux sont surtout alimentaires, alors que les flux non-alimentaires sont majoritairement caractérisés par une forte évasion commerciale. Les commerçants alimentaires ont ainsi intérêt à retenir les clients par la valorisation des circuits courts et les produits de qualité, alors que les boutiques proposant des biens non-alimentaires peuvent se

démarrer par des produits inédits emprunts d'innovation et de services.

Migennes et les communes voisines sont traversées par des flux de toutes sortes. Encore faut-il les capter. C'est pourquoi la mise en place d'événements et de partenariats peut être pertinente de même que l'affichage en gare de Laroche-Migennes. C'est surtout la mise en place d'actions collectives que Joseph KEMLIN, responsable commerce à la CCI Yonne, tient à souligner.



« La mise en place d'événements peut attirer du monde mais c'est un budget. C'est aussi nécessaire que cela dure dans le temps pour être crédible. »  
Un gérant de salon de coiffure.

### Une évolution marquée des comportements d'achat

Le potentiel de dépenses est globalement plus faible dans le Migennois que dans le reste du département. Cela tient à deux facteurs

principaux : une offre commerciale limitée et une demande au pouvoir d'achat contraint.

Dans ce contexte, les dépenses en équipement de la personne sont plutôt proches de la moyenne départementale grâce à une offre commerciale intéressante.

Pour s'adapter à ces nouveaux modes de consommation il faut d'abord « PRENDRE DU RECUL » selon Joseph KEMLIN. Cela passe par des rencontres avec les fournisseurs, visiter les salons, regarder ce qu'il se passe ailleurs, se poser les bonnes questions à l'appui des conseils de la CCI.

L'évolution 2010 à 2015 des comportements d'achat tient notamment à la montée en puissance des achats en ligne. Ceux-ci captent 8% des dépenses des ménages locaux.

« Mon site affiche 156 000 vues depuis octobre 2016. J'ai réduit de moitié mon budget communication en optimisant mon référencement en ligne avec des mots clés ».

Un gérant de magasin  
d'électroménager.

Aymeric DELALANDE, conseiller transformation numérique à la CCI Yonne, présente plusieurs outils pour profiter aussi du développement des achats en ligne : optimiser sa présence en ligne, devenir relais colis, allier vitrine physique et vitrine numérique...

C'est une stratégie globale qui doit être mise en œuvre à l'appui des conseillers consulaires.



## Une zone de chalandise à exploiter

Migennes attire une clientèle d'un territoire peuplé de 48 000 habitants. C'est trois fois la population de la communauté de communes.

Les commerçants ont plusieurs possibilités de retenir leurs clients et en espérer de nouveaux. La solution n°1 est de disposer d'un fichier clients actualisé et enrichi. C'est une base de travail permettant de diffuser des informations privilégiées : promotions, invitations à des avant-premières, actualité de l'enseigne...

Julien SISSOKO précise que réaliser une étude marketing est utile pour réadapter son offre à son environnement.

*« Lorsque j'ai repris la boutique de vêtements, j'ai sous-estimé la force des offres découvertes des nouvelles collections. Je l'ai donc conservé, notamment pour mes clients les plus fidèles ».*

Une gérante de boutique de prêt-à-porter.

## Une boutique attractive et connectée

Les chiffres parlent d'eux-mêmes : 92% des ménages du Migennois se rendent dans une boutique physique pour effectuer des achats.

Les magasins doivent donc être pensés pour optimiser le parcours des clients, attirer les regards, proposer des espaces de confort.

Connecter son magasin est de nos jours, une solution efficace pour susciter de l'intérêt et pourquoi pas, un acte d'achat. Miroirs connectés, écrans tactiles, compteurs Facebook, hologrammes ou encore puces RFID, sont autant de technologies présentées par Aymeric DELALANDE.

Plusieurs magasins de Migennes sont cités comme des exemples de réussite : devantures attrayantes, enseignes éclairées, informations pratiques affichées ou encore des accès de plain-pied.

## Agir collectivement

Mais ce qui ressort comme un facteur clé de succès pour augmenter la fréquentation d'une boutique est l'action collective. En effet, il peut être utile de rejoindre un groupe de professionnels partageant les mêmes problématiques. Joseph KEMLIN rappelle que les actions d'une union commerciale comme Active Migennes vont dans ce sens.

Agir collectivement pour l'intérêt de chacun est finalement la conclusion de la soirée qui s'achève sur la remise de questionnaires de satisfaction et un moment de convivialité.

La CCI à votre service

<p>Conseils, audits, réglementation, accessibilité, unions commerciales</p> <p>Joseph KEMLIN, 03.86.49.40.61, j.kemlin@yonne.cci.fr</p>	<p>Ateliers collectifs, conseils sur la stratégie numérique, diagnostic individualisé</p> <p>Aymeric DELALANDE 03.86.49.40.66 a.delalande@yonne.cci.fr</p>	<p>Observatoire du commerce, études de marché, fichiers d'entreprises</p> <p>Julien SISSOKO 03.86.49.40.33 j.sissoko@yonne.cci.fr</p>

Aurélien HAERINCK  
Chargée de mission  
revitalisation du centre bourg  
03.86.92.99.42  
Portable : 07.87.91.63.22  
centrebou@migennois.fr