

L'APICA PRÉSENTE

25 ASTUCES

POUR LA PÉRIODE DES FÊTES

La préparation est le premier pas vers la réussite



1-Délais de livraison

Si vous faites du commerce électronique, indiquez clairement sur votre site web que vos délais de livraison ne sont pas garantis.

2-Plan B et C

Prévoyez un plan B et même un plan C pour la livraison de vos envois. Regardez les codes postaux de vos acheteurs précédents et délimitez une zone à risque. Serait-il avantageux d'embaucher le beau-frère comme livreur pour un secteur géographique donné du 7 au 31 décembre? Surveillez également votre association de marchands ou votre organisme de développement économique local qui a peut-être développé un service commun de livraison pour la période des Fêtes.

3- Plage horaire et précommande

Pour ceux qui ne font pas de commerce électronique, préparez une plage horaire pour organiser et promouvoir des précommandes. Par exemple, une personne au téléphone de 19 heures à 21 heures pour prendre les commandes de Noël. C'est important que vous ayez moins de clients en boutique en même temps. Vous pouvez même organiser une promotion spécifique pour ces précommandes.

4- Ramassage en boutique

Pour vos ventes en ligne ou vos précommandes, incitez vos clients à faire un ramassage directement en magasin en proposant des plages horaires déterminées pour éviter la cohue entre les deux clientèles : celle pour le magasinage en boutique et celle du ramassage en magasin. Pour votre information, plusieurs discussions sont en cours actuellement avec le gouvernement pour élargir les heures d'affaires des commerces pour permettre un ramassage en magasin tôt le matin ou plus tard le soir en dehors des heures d'affaires normales. On vous reviendra à ce sujet.

5- Gestion des files d'attente

Organisez votre file d'attente pour entrer dans le commerce. Prévoyez physiquement vos installations pour faire attendre vos clients les grosses journées (ex. serpentins, affiches, marques au sol, tentes, chauffage extérieur portatif, chocolat chaud, etc.).

6- L'importance de l'accueil

Même pour les petites entreprises, lors des grosses journées prévues comme les 10, 11, 12, 13, 17, 18, 19, 22, 23 et 24 décembre, embauchez une personne spécifique pour s'occuper de l'accueil des clients et faire respecter le lavage des mains à l'entrée. N'oubliez pas que grâce aux subventions salariales, cet employé deviendra rentable pour rendre vos clients de bonne humeur avec un immense sourire, un beau bonjour, des souhaits de Joyeuses Fêtes, etc. Un client de bonne humeur dépense davantage. Si vous négligez votre file d'attente ou votre accueil, vous perdrez assurément des ventes.

7- Le regard

Parlant de service, tout doit être mis en œuvre pour que votre service à la clientèle soit le plus convivial et agréable possible. L'échange des regards entre les yeux des clients et les yeux des employés devient le meilleur moyen de communication. Sensibilisez vos employés à l'importance du non-verbal même avec un masque!

8- Ligne express

Si vous prévoyez beaucoup de ramassage en magasin, assurez-vous que les clients ne fassent pas la même file d'attente que ceux qui veulent magasiner en boutique. C'est frustrant d'attendre 15-20 minutes à l'extérieur alors que le ramassage devrait prendre 5 minutes. C'est aussi décourageant de vouloir magasiner dans une boutique alors qu'il y a beaucoup de monde qui attend en file d'attente alors que dans la réalité, ce n'est pas le cas. Certains clients vont rebrousser chemin. Mettre les deux clientèles dans la même file d'attente n'a pas de sens. Comme à la Ronde... ça vous prend une ligne expresse bien identifiée!

9- Comptoir "Sears"

Organisez un espace spécifique au ramassage en magasin avec une ressource attirée, un peu comme il existait autrefois des comptoirs Sears dans certains magasins. Ne faites pas l'erreur que le ramassage en magasin se fasse à la caisse comme habituellement durant l'année. Laissez la caisse libre pour vos clients qui prennent la peine de venir vous voir en boutique. Une attente trop longue à la caisse amène des clients à se décourager et laisser leurs produits sur les tablettes et sortir! D'autres à magasiner en ligne la prochaine fois... et peut-être pas chez vous!

10- Rupture de stocks

Affichez clairement vos dates et plages horaires de retour de marchandises.

11- Texter ou appeler

Si vous avez peu de ventes de commerce en ligne ou peu de précommandes, incitez les clients à vous texter ou à vous appeler en arrivant. Allez porter les achats directement à la voiture ou à l'extérieur sur le trottoir! Vous éviterez ainsi plusieurs croisements de clients et réduirez la quantité de clients en boutique laissant plus de place et de temps à ceux qui veulent magasiner.

12- Limiter les quantités

Faites le tour de votre boutique, identifiez les produits à risque de rupture de stock pour Noël et limitez le nombre d'items par client au besoin. Vous créez moins de frustration en rendant disponible vos produits pour un plus large éventail de clients.

13- Écouler la marchandise

Au contraire, identifiez les produits que vous ne voulez surtout pas être pris avec des surplus après la période des Fêtes et planifiez vos RABAIS à une date déterminée. Au pire, offrez ces produits gratuitement ou à rabais à l'achat d'un montant donné en boutique. Par exemple, la semaine du 21 décembre : achetez pour 100 \$ et plus et obtenez gratuitement le produit XYZ!

14- Préparer les publicités

Préparez immédiatement vos publicités/promotions sur le lieu de vente (PLV) : affiches promotionnelles, affiches distinctives dans les allées, soldes en vitrines, bannières, etc. N'attendez pas à la dernière minute.

15- Les ressources humaines

Faites une prévision judicieuse du nombre d'employés nécessaires : qui s'occupera de quoi? Faites une embauche MAINTENANT en laissant ces personnes sur l'assurance-emploi s'il le faut, mais assurez-vous d'avoir une liste d'employés SUR APPEL car vous en aurez besoin! Ce n'est pas comme les dernières années, si vous attendez en décembre, il sera trop tard.

16- Motiver les troupes

Faites une réunion avec tout votre personnel (en présentiel à deux mètres ou sur Zoom) pour motiver vos troupes! Informez-les des procédures, de vos spéciaux, mais surtout montrez-leur que vous avez besoin d'eux pour que cette période soit heureuse pour tout le monde et non une période de stress additionnel! Fin novembre ou début décembre nous semble le meilleur moment.

17- Communication interne

En lien avec le point précédent, préparez une campagne de communication spécifiquement pour vos employés avec des messages quotidiens ou hebdomadaires : remerciements des bons coups d'un employé, pensée du jour, conseil du jour par un gestionnaire/employé, partage d'une expérience WOW offerte par un employé, etc. Embauchez un graphiste s'il le faut. Travailler à la période des Fêtes doit devenir plus que jamais un happening pour vos employés!

18- Prime Noël

Si vos budgets vous le permettent, donnez une prime Noël à vos employés. Par exemple, dans le secteur alimentaire et autres secteurs très achalandés, ramenez la prime de 2 \$/heure qui était effective au début de la pandémie. Par contre, nous proposons de remettre cette prime à la fin décembre pour la nouvelle année en fonction de l'assiduité de chaque employé. Vous pouvez remettre cette prime avec un petit cadeau personnalisé, ce sera apprécié.

19- Médias sociaux

Comme les consommateurs pourront difficilement faire du lèche-vitrine, embauchez un gestionnaire de communauté qui s'occupera de vos médias sociaux et répondra rapidement aux commentaires pour fidéliser vos clients. Vous pourriez même organiser un événement Facebook pour donner des conseils pour des idées cadeaux de votre entreprise.

20- Décorer

N'oubliez pas de décorer. Il faut que les clients et vos employés passent un beau moment. C'est le temps de sortir les arbres de Noël des boules à mites et de mettre de côté les considérations religieuses! Créez un comité décoration, donnez-leur un budget... soyez fou! Planifiez la musique de Noël et faites cuire des tartes aux pommes! Votre vitrine doit aussi devenir un exemple sur la rue! Et au moins si vous avez une file d'attente, ils auront quelque chose à regarder... et peut-être à boire ou à manger!

21- Les témoignages

Incitez les clients à soumettre un témoignage de leur expérience avec votre entreprise, que ce soit sur Facebook ou en boutique. Surtout si vous avez faits des efforts remarquables. Organisez un tirage au hasard parmi les commentaires reçus et donnez des cadeaux. On doit avoir le sentiment que votre party de famille que vous ne pourrez pas faire à cause de la COVID-19, vous l'avez planifié pour vos clients.

22- Partenariat entre commerces

Parlant de cadeau, faites un partenariat avec un autre commerce de proximité et donnez ce cadeau à vos clients. Exemples : du 14 au 24 décembre, un fleuriste qui fait tirer à tous les jours un certificat cadeau de 25 \$ pour un soin de la peau. Un centre esthétique qui fait tirer un immense bas de Noël avec plein de produits d'autres commerces locaux pour tout achat de certificat cadeau de 50 \$ et plus du 1er au 24 décembre. Une agence de voyage qui fait livrer pendant tout le mois de décembre un bouquet de fleurs à tous ses clients qui ont réservé un voyage pour 2021. Et ainsi de suite!

23- Emballage cadeaux

Comme il y a de fortes chances que les comptoirs d'emballage des OBNL soient fermés cette année, planifiez de beaux sacs ou de belles boîtes cadeaux pour vos produits et faites-en la promotion avec un affichage monstre en arrière de votre comptoir-caisse. Vous pourriez même annoncer qu'à l'achat d'un sac ou d'une boîte cadeau, une partie ou tous les revenus seront remis à un organisme local de votre choix.

24- La publicité

Comme la majorité de vos clients sont confinés à la maison, assurez-vous d'utiliser des canaux de communication qui vous permettent de rejoindre votre clientèle locale : le mailing, la publicité sur Facebook, Google Adwords et exceptionnellement les cahiers spéciaux des Fêtes du journal local. Ce sont souvent les médias les plus efficaces en terme de rapport qualité/prix. Prenez des photos, faites des sourires et oubliez la pandémie. Votre bonne humeur doit devenir contagieuse au point où nous aurions le goût d'aller vous voir!

25- Socialiser avec vos clients

Enfin, si c'est possible, réservez-vous plusieurs plages horaires pour faire du social avec vos clients. Ne soyez pas prisonnier de votre caisse, du service sur le plancher, de l'emballage des commandes en ligne ou autres tâches qui pourraient être exécutées par des employés. Les clients feront l'effort d'aller vous voir en boutique, faites-leur le plaisir d'échanger avec eux, de rire avec eux, de s'informer de leurs enfants, de prendre des nouvelles de leur santé, etc. Plus que jamais le contact humain sera d'une immense importance dans l'expérience de magasinage pendant les Fêtes!