



■ « Réinventez votre espace client »

**Intervenants :**

- Jean-Louis Carrasco**, Directeur des nouveaux services, société Coliposte, groupe La Poste
- Eric Champenois**, Directeur du développement, société Design Day
- Frédéric Desclos**, Responsable du service TIC, Département Développement de l'Entreprise de la CCIP-Paris
- Gérard Gallo**, Directeur Général de l'Echangeur, centre européen sur les pratiques innovantes de la relation client
- Mathieu Langer**, Responsable commercial, société New Tech, groupe Caisse d'Épargne
- Vincent Lelièvre**, Architecte au Conseil d'Architecture d'Urbanisme et d'Environnement (CAUE) des Hauts-de-Seine
- Véronique Pirson**, Directrice de la publication « Negocio, la lettre d'information sur le retail » (magazine belge à destination des professionnels du commerce)
- Dominique Vershelde**, Responsable de l'ADEN, Atelier du Design de l'Espace Commercial de NEGOCIA, une école de la CCIP

**Les experts ont dans un premier temps apporté des conseils sur la mise en valeur des produits, et sur la visibilité des points d'achats.** Ainsi, Dominique Vershelde, Responsable de l'Atelier du Design de l'Espace Commercial de Negocia rappelle qu'il « *ne faut pas hésiter à regarder son magasin en se mettant à la place du client. Il ne faut pas hésiter aussi à le photographier.* » Pour attirer l'œil du client le graphisme et le design sont des éléments à prendre en considération. De plus, comme le rappelle Vincent Lelièvre, des négociations avec les architectes des Bâtiments de France peuvent être entreprises en tenant compte de l'intégration commerciale du bâti dans la ville, afin de pouvoir « *être vu sans être trop voyant* ».



Crédits photos : CCIP/ Espace Communication

**L'amélioration de sa visibilité passe aussi par Internet.** Trois expériences différentes d'utilisation des TIC sont présentées : un commerce indépendant qui élabore son propre site, le site d'une association de commerçants de quartier ou encore un site portail des commerçants d'une même ville. Des représentants de la Caisse d'Épargne et de la Poste ont par ailleurs fait part des solutions proposées aux commerçants pour faciliter leur utilisation d'Internet, comme la vente en ligne sans posséder de site, ou encore la livraison à domicile de colis commandés par Internet.

Gérard Gallo, Directeur Général de l'Echangeur, valorise les pratiques innovantes de la relation client et fait le pari que le **client de demain voudra être joint n'importe où, n'importe quand, obligeant à une gestion optimale du point de vente grâce une prolongation de sa boutique avec un usage performant du multimédia.** Pour l'avenir il estime qu'il y a « *des opportunités à saisir pour les petits commerçants comme la possibilité d'étendre sa gamme, de communiquer avec ses clients ou d'étendre sa zone de chalandise. On est dans un monde où le client subit de multiples sollicitations par des canaux aussi variés que la boutique, Internet, le téléphone, les SMS...* ».

M. Solignac, Vice-président de la CCIP Paris précise pour clore l'atelier qu'il faut, au-delà des sites Internet, savoir utiliser d'autres techniques de vente, tels que le téléphone portable ou l'e-mailing.

Principales actions envisagées :

- ☞ **Favoriser le développement et l'usage des TIC** par la formation, la communication et l'aide à l'acquisition d'équipements grâce au programme « Entrepreneurs, faites le choix de l'économie numérique » initié par le Ministère des PME, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions Libérales
- ☞ **Mettre en place un outil de promotion sur Internet** (de type « AchatVille ») avec, préalablement, un test à l'échelle d'un quartier et/ ou d'une association de commerçants
- ☞ En partenariat avec l'atelier de design et d'étalage de Negocia (ADEN), **établir des diagnostics et des préconisations d'aménagement de magasins afin d'en accroître l'attractivité** (accès handicapés, homogénéisation des enseignes et des couleurs à l'échelle du point de vente ou d'un quartier...)