

EN MAGASIN

DYNAMISER LES VENTES GRÂCE AUX ANIMATIONS



Les animations sont un bon relais pour dynamiser l'animalerie et attirer une clientèle en attente de nouveautés. Pour réussir une bonne animation, il faut s'entourer de partenaires et anticiper la communication de cet événement ! Par Marie-Anne Person

Bien préparées, les animations peuvent être une vraie réussite. Elles permettent d'augmenter la fréquentation du rayon et sont un formidable levier pour booster les ventes. Pour assurer cette réussite, il faut avant tout anticiper leur organisation. Il existe quatre types d'animations qui

peuvent être proposées dans les animaleries. Il faut pour chacune d'entre elles bien prendre en compte l'investissement nécessaire pour assurer leur organisation. Pour vérifier la « rentabilité » de cet investissement, il faut fixer des objectifs de chiffre d'affaires à atteindre. On peut distinguer :

► **Les expositions d'animaux :**

Elles représentent une véritable attraction pour les clients mais nécessitent d'être déclarées et de faire venir un vétérinaire sanitaire avant de mettre les animaux exposés en contact avec les clients. Il faut aussi prévoir un « réaménagement » de l'espace de vente pour permettre ces expositions (donc du temps de préparation et de rangement en fin de journée pour les équipes).

► **Les journées découverte :** Les clients viennent découvrir et apprendre et repartent le plus souvent avec les produits mis en avant lors de ces animations. Lorsqu'ils

viennent assister à ce type d'événement, ils ont souvent déjà un projet en tête. Ces journées peuvent être proposées et réalisées par les équipes de vente, mais elles doivent être bien préparées en amont.

► **Les journées en faveur d'un refuge (opérations caddies, journées d'adoption...)** :

Elles permettent la mise en avant d'un refuge qui deviendra partenaire du magasin. Ces animations sont résolument gagnantes pour les deux établissements. Elles favorisent l'image positive d'une animalerie et se terminent toujours avec un indice de chiffre d'affaires positif. En

outre, le lien créé avec les associations est toujours bénéfique.

► **Les journées des « spécialistes » :** La nutrition, l'éducation, le toilettage, la photographie, le sport canin... Ces journées sont systématiquement réalisées par des prestataires extérieurs. Ils proposent des animations afin de faire découvrir leurs services aux clients qui les apprécient beaucoup car elles permettent de tester une prestation gratuitement (ou presque, selon les modalités définies avec les prestataires). Ces démonstrations offrent, de plus, l'opportunité de découvrir des produits proposés par l'animalerie, en mettant en avant leur côté pratique. Il faudra cependant établir un partenariat formalisé avec ces prestataires et définir clairement l'organisation de ces événements dans les magasins.

Faire venir un photographe animalier peut être un bon moyen d'attirer les propriétaires d'animaux dans votre établissement.



Les préalables : communication et autorisation

► La communication doit être organisée au moins un mois avant la date de l'événement. Il existe

de nombreux supports de communication comme les courriels, les réseaux sociaux, les annonces dans un journal local, la radio... et aussi, beaucoup plus simplement, mais indispensable : les affiches A3 et A4 dans le magasin et les flyers aux caisses et à la sortie.

► La demande d'autorisation en cas d'exposition d'animaux consiste en une « déclaration d'exposition, de concours, de rassemblement ou de vente d'animaux » qui doit être déposée à la DDPP (direction départementale de la protection des populations) ou la DDCSPP (direction départementale de la cohésion sociale et de la protection des populations) dont dépend le magasin, au minimum 3 semaines avant l'événement.

Accueil personnalisé pour investir dans l'avenir :

Lors de ces journées spéciales, il faut bien sûr assurer une excellente présentation générale de l'animalerie, la mise en avant de produits ainsi que des offres attractives et de belles opérations commerciales. L'événement doit permettre de créer du lien avec la clientèle afin de la fidéliser. Pour cela, il faut tout d'abord veiller à bien l'accueillir : une petite collation peut être proposée afin de créer une ambiance propice aux échanges entre les clients et l'équipe de vente, échanges qui donneront à l'enseigne la possibilité d'anticiper l'organisation des prochaines animations. Il est recommandé de commencer à réaliser un fichier clients comportant

au minimum leurs adresses e-mail et leurs animaux préférés. Ces informations permettront de communiquer plus facilement et de façon plus personnalisée lors d'une prochaine journée d'animation.

Les clefs de la réussite se trouvent essentiellement dans une bonne organisation des animations sans pour autant négliger la communication. Le succès peut aussi dépendre de la qualité des partenaires impliqués dans ces événements : une animalerie doit établir avec ces différents acteurs des partenariats dont les bénéfices sont réciproques. Chaque établissement doit également pouvoir compter sur le réseau auquel il appartient pour soutenir la mise en place des différentes animations proposées toute l'année. ■

EXEMPLES DE THÉMATIQUES POUVANT ÊTRE PROPOSÉES

Exposition de races de chats
 Exposition de races de chiens
 Exposition de reptiles
 Exposition de races de poules
 Exposition de poissons combattants
 Exposition de discus
 Rendez-vous avec un photographe professionnel
 Concours de dessins d'aquariums
 Concours de photos de ton animal et de son jouet préféré
 Journée découverte des oiseaux élevés à la main
 Comment bien toiletter son rongeur
 Journée démonstration d'agility
 Rendez-vous avec un comportementaliste canin ou félin
 Journée conseils avec un nutritionniste canin ou félin
 Rendez-vous avec un naturopathe pour animaux
 Rendez-vous avec un spécialiste des massages canins et félins
 Journée conseils avec un spécialiste en aquascaping
 Journée découverte de la terrariophilie
 Bien nourrir les oiseaux des jardins
 Installation des nichoirs pour les oiseaux des jardins
 Journée d'adoptions avec un refuge
 Opération « caddie croquettes » avec un refuge
 Opération « caddie-graines » avec un centre de soins pour oiseaux sauvages

LA PÉRIODE

De septembre à mai
 De septembre à mai
 De septembre à mai
 De février à mai
 De septembre à mai
 De septembre à mai
 Toute l'année
 Fêtes
 Fêtes
 De septembre à mai
 De septembre à mai
 De septembre à mai
 Toute l'année
 Toute l'année
 Toute l'année
 Toute l'année
 De septembre à mai
 De septembre à mai
 De septembre à février
 De septembre à février
 De septembre à mai
 Toute l'année
 Toute l'année