

CHAPITRE 2

L'ANIMATION

Objectifs

Vous allez apprendre à devenir une bonne animatrice, vous saurez quelles sont les étapes à suivre lorsque vous animez un point de vente et vous verrez également comment faire le bilan de l'animation.

1. LE RÔLE ET LES QUALITÉS REQUISES D'UNE BONNE ANIMATRICE

1.1. Le rôle de l'animatrice

- Conseiller les clients qui entrent dans le magasin et réussir à leur vendre les produits de la marque pour laquelle elle travaille : atteinte et dépassement de ses objectifs
- Représenter sa marque (attitude, physique)
- Vérifier que les stocks soient corrects, sinon le faire immédiatement remonter
- Vérifier l'état des linéaires de sa marque : propreté
- Vérifier que les nouveautés soient bien arrivées et que le merchandising soit respecté
- Faire tester les produits aux clients
- Amener les clients sur tous les axes de la marque
- Si le client n'achète pas car il n'a pas le budget ce jour-là ou qu'il préfère acheter une autre marque, lui donner des échantillons afin qu'il puisse essayer
- Le fidéliser à la marque
- Lui donner des cadeaux lorsqu'il achète plusieurs produits (beau panier)
- Fédérer sa marque auprès des équipes de vente
- Être appréciée par ses collègues et concurrents afin de travailler dans une bonne ambiance et une entraide
- Surveiller ce que fait la concurrence (nouveautés, cadeaux clients, podiums,...)
- Faire des reportings qualitatifs et quantitatifs hebdomadaires afin de faire remonter à sa direction le chiffre d'affaires réalisé sur la semaine ainsi que de nombreuses autres données (flux, type de clients, les succès et les échecs, le produit leader de la semaine, la concurrence, la motivation de l'équipe, les stocks, etc.)
- Appeler les points de vente 1 semaine avant l'animation afin de valider sa présence
- Former les équipes lorsque vous avez le temps si elles ont des besoins

1.2. Les qualités d'une bonne animatrice

- Excellente présentation (tailleur repassé, chaussures fermées et cirées, cheveux coiffés de préférence tirés, manucure faite, maquillage discret et sophistiqué,...)
- Aisance orale : s'exprime bien, langage adapté, parle sur un bon ton, voix claire et sûre d'elle
- Excellente connaissance de ses produits
- Bonne connaissance des produits de la concurrence
- Bonne accroche de la clientèle
- Techniques de vente maîtrisées
- Pratique de l'écoute active
- Mobilité
- Dynamisme, optimisme et goût du challenge
- Bon relationnel avec les équipes, avec ses collègues ainsi que sa hiérarchie
- Être ponctuelle
- Maîtrise du pack office

À RETENIR :



Être animateur demande beaucoup de qualités car c'est un métier de contact et vous êtes le garant de l'image de la marque que vous représentez ; ainsi le savoir vivre et l'attitude sont très importants.

2. LES ÉTAPES POUR MENER À BIEN UNE ANIMATION : DE LA RÉFLEXION AU BILAN

2.1. En parfumerie

Il est important de savoir que dans les chaînes telles que Sephora, Nocibé, Marionnaud, etc. les négociations concernant les animations se font directement du siège de la marque animée au siège du distributeur : de la parfumerie. Néanmoins, une animatrice peut aussi prendre l'initiative d'organiser des challenges ou animations comme par exemple les fameux « samedi fun » chez Sephora. De plus dans une parfumerie qui n'est pas franchisée, il est aussi possible d'organiser des animations sur plusieurs jours.

En général, lorsqu'une marque est animée, elle l'est pour une durée de 2 semaines. Cela signifie que les conseillères vont avoir un challenge avec un objectif chiffré collectif en général, qu'elles devront avoir atteint à la fin de ces 2 semaines pour gagner une prime ou un cadeau.

Ainsi, en amont d'une animation nationale, la marque doit tout organiser. Il s'agit là d'établir une sorte de cahier des charges de l'action avec le détail de celle-ci (sa durée / où / quoi/ comment / pourquoi / par quels moyens / avec quel budget / ...) Voilà ce qu'il y a à faire :