

SAMEDI 12 OCTOBRE 2019



La **Journée** nationale
du **commerce**
de **proximité**
de **l'artisanat**
et du **centre-ville**®

LE MODE D'EMPLOI

*Conseils pratiques et idées fûtées
pour réussir votre journée !*

www.jncp.fr

PARTENAIRES PREMIUM



QUEL BÉNÉFICE ?

Voici 6 bonnes raisons de participer
à cette journée spéciale !

1

AFFIRMER LES ATOUTS DE LA PROXIMITÉ

En prenant part à cet événement, vous démontrez votre attachement au commerce de proximité et à ses valeurs humanistes qui placent l'humain au cœur des échanges économiques.

2

VALORISER VOTRE ENGAGEMENT RESPONSABLE

Le commerce de proximité est un modèle de responsabilité sociale et environnementale ! Ses bienfaits sont multiples et tout le monde en profite : création d'emplois non délocalisables, animation des cœurs de villes, des quartiers périphériques et des bourgs ruraux, contribution à la protection de l'environnement grâce à ses circuits courts, production de lien social...

3

RENFORCER LE LIEN AVEC VOS CLIENTS

Il ne s'agit pas d'une opération mercantile, commerciale... Cette journée spéciale est dédiée à l'échange, au partage, à la rencontre... L'occasion idéale pour renforcer le lien avec vos clients et prendre le temps de mieux les connaître et les reconnaître.

4

NOUER DE NOUVEAUX CONTACTS

L'animation de votre point de vente va attirer de nouvelles personnes. Profitez de ce contexte favorable pour faire connaître votre activité, générer de nouveaux contacts et renforcer le lien.

5

VOUS RAPPROCHER DES ACTEURS ÉCONOMIQUES LOCAUX

Participer à cette grande fête du commerce, c'est aussi rejoindre tous les acteurs économiques locaux et vos élus de proximité au sein d'une opération collective d'envergure nationale.

6

LE LABEL NATIONAL

Obtention du Label national et des Trophées.



COMMENT SE PRÉPARER ?



Ce que vous devez savoir avant de vous lancer.

Commencez par vous connecter au site www.jncp.fr pour obtenir les toutes dernières informations pratiques sur l'événement.

UN CONSEIL Pensez à télécharger les logos de l'édition 2018 pour votre communication.

Réfléchissez à un concept d'animation en cohérence avec les caractéristiques de votre point de vente : superficie, activité, fréquentation...

UN CONSEIL Impliquez vos employés dans cette réflexion. C'est aussi un bon moyen de les motiver autour d'une action originale et fédératrice.

Testez votre projet : faites une sorte de répétition avec votre personnel ou des proches, identifiez les points d'amélioration possibles (aménagement, visibilité, animation...).

UN CONSEIL Faites simple et efficace. Ce qui compte, c'est la rencontre, l'humain et les échanges qui naîtront à la faveur de cette opération.

Procurez-vous le kit de communication pour donner de la visibilité à votre action : drapeaux, affiches, flyers, bannières, invitations...

UN CONSEIL Rapprochez-vous de votre association de commerçants ou de votre mairie pour l'obtenir.

Communiquez sur votre opération : environ une semaine avant le jour J, informez vos clients, parlez de votre engagement en faveur du commerce de proximité, distribuez vos invitations et faites le buzz sur les réseaux sociaux !

UN CONSEIL N'hésitez pas à échanger aussi avec les commerçants voisins pour créer une dynamique collective.

1

PAS DE STRESS.

Concentrez-vous sur votre opération d'animation. Ne laissez pas passer cette occasion unique de renforcer les liens avec vos clients et d'en tisser de nouveaux avec tous ceux qui pousseront la porte de votre commerce.

2 BOOSTEZ VOTRE ÉQUIPE.

Le matin, avant l'ouverture, remotivez avec détermination et enthousiasme tous les membres de votre équipe. Prévoyez une petite « causerie » à votre manière pour regonfler le moral des troupes !

3 FAITES PREUVE DE PÉDAGOGIE.

Prenez le temps d'expliquer à vos clients le sens de votre engagement en faveur du commerce de proximité et de ses valeurs : convivialité, responsabilité sociale et environnementale, respect de l'humain, solidarité...

ET LE JOUR J ?



Voici 7 conseils malins pour être au top le jour J !

4 ACCOMPAGNEZ VRAIMENT LE DISPOSITIF.

Ne vous contentez pas d'accueillir le public. Prenez l'initiative de l'échange en proposant à vos clients, aux visiteurs, de prendre part à votre opération. Recherchez le contact, le partage, l'interaction. Dans la bonne humeur et avec le sourire !

5 PARTAGEZ LES TÂCHES.

Si votre animation exige une présence continue ou des tâches répétitives, relayez-vous et répartissez les efforts entre vous. Si vous travaillez seul, vous pouvez vous faire aider par un(e) étudiant(e), un membre de votre famille ou un(e) stagiaire.

6

PRÉVOYEZ DES SUPPORTS D'INFORMATION.

A l'issue des échanges que vous aurez avec les participants à votre animation, vous pouvez remettre un livret de présentation de votre activité à vos interlocuteurs (certains ne manqueront d'ailleurs pas de vous le demander...). Et n'oubliez pas vos cartes de visite (en nombre suffisant) !

7 JOIGNEZ L'UTILE À L'AGRÉABLE.

Donnez une dimension conviviale à votre animation en prévoyant un moment de détente (café, jus de fruits...) ou un petit cadeau personnalisé à vos couleurs (stylo, porte-clés, mini-bloc...).

QUELQUES IDÉES POUR VOUS INSPIRER...



De la simplicité et un peu d'audace suffisent souvent à créer la surprise et séduire vos clients. Voici 15 exemples d'animations que vous pouvez adapter à votre point de vente !

Un **apéro-test** floral à l'aveugle chez un fleuriste

Des **conseils gratuits en relookage** avec essais et bilan écrit personnalisé dans un magasin de vêtements pour femmes

Un **concours de la meilleure recette de brochettes** (avec vote des clients en magasin et sur Facebook) dans une boucherie-charcuterie

Un **atelier de découpe de fruits frais** chez un détaillant de fruits et légumes

Une **initiation à la fabrication de cocktails** dans un bar

Une **exposition de photos du quartier** dans la salle d'un restaurant

Un **goûter pour les parents et les enfants** dans un magasin de jouets

Une ardoise et une craie pour **partager ses impressions de lecture** dans une librairie

Une **visite d'un four à pain** à l'ancienne dans une boulangerie

Un **concours de poésies** sur le vin déclamées par les clients chez un caviste

Une **bourse solidaire aux vêtements** en partenariat avec une association humanitaire dans une boutique de prêt-à-porter

Un **atelier de dessins d'enfants** dans un magasin de chaussures pour filles et garçons

Des **séances de démontage et réparation** de montres et horloges devant les passants à l'entrée d'une horlogerie-bijouterie

Des **sketchs comiques sur l'actualité** écrits et interprétés par des collégiens devant un marchand de journaux

Un **quizz pédagogique** (avec petits lots) sur le thème du café chez un torréfacteur

LA CHECK-LIST DE VOTRE OPÉRATION



Pour mettre les meilleures chances de réussite de votre côté, ne laissez rien au hasard. Cette check-list vous aidera à évaluer le degré de maturité de votre projet.

1 L'ANIMATION DE MON POINT DE VENTE

- Ai-je trouvé une idée d'animation originale et en cohérence avec mon activité ?
- Suis-je bien certain que mon projet est compatible avec la configuration de mon point de vente ?
- Mon animation nécessite-t-elle des aménagements ou matériels particuliers ? Lesquels ?
- Pour donner une touche plus conviviale à l'évènement, ai-je bien prévu du café-thé et des rafraîchissements pour les visiteurs ?
- Est-il nécessaire, dans mon cas personnel, que je prévois aussi des petits cadeaux publicitaires (stylos, porte-clés, badges...) ?

3 L'ORGANISATION DE MA COMMUNICATION

- Ai-je bien récupéré le kit de communication de l'opération ?
- Ai-je pensé à télécharger les logos de l'évènement sur le site www.jncp.fr ?
- Ai-je bien annoncé ma participation à cette journée sur les réseaux sociaux ?
- Ai-je prévu des supports de communication en quantité suffisante sur mon activité (dépliants, flyers, cartes de visite...) ?

2 LA MOTIVATION DE MON ÉQUIPE

- Ai-je bien pris le temps d'expliquer à mon équipe le sens de cette journée spéciale et les raisons de la participation de notre commerce ?
- Ai-je suffisamment impliqué mon personnel dans la recherche d'une animation originale du magasin ?
- Chacun sait-il bien quel sera son rôle lors de cette journée ?
- Suis-je bien à l'écoute des propositions de mes collègues pour améliorer le dispositif prévu ?
- Si je travaille seul, ai-je pensé à me faire aider par un étudiant, un stagiaire ou un proche ?

4 L'IMPLICATION DE MES CLIENTS ET PARTENAIRES

- Ai-je pris le temps de sensibiliser mes clients à cette opération en les incitant à passer au magasin ce jour-là ?
- Mon réseau personnel (proches, amis, relations professionnelles...) est-il bien informé de ma participation à cette journée ?
- Existe-t-il des possibilités d'animations collectives avec des commerçants voisins ?
- Ai-je pensé à en parler également aux partenaires de mon commerce (fournisseurs, banquier, expert-comptable, assureur...) ?