

La vente sur les marchés : tout un métier !



Et il imagine vraiment
faire venir des clients
comme ça ?



Conseils, trucs et astuces des producteurs



● L'emplacement et la régularité sur le marché, une question cruciale

« Il faut être régulier sur un marché, si vous venez pas régulièrement les clients n'aiment pas ça. »

« Les clients ont besoin de nous voir toujours à la même place. »

« Avoir toujours la même personne à la vente, c'est primordial. Pour mes parents, chacun a ses clients, ils y vont une semaine sur deux et les clients de l'un ne viennent pas le jour où c'est l'autre qui fait le marché ! »

● Être visible ...

« Sur un marché, il faut au moins 3 m de vitrine. Avec une vitrine d'1 mètre, on ne vous voit pas ! »

● ... ou attirer à l'odeur

« Ca compte énormément l'odeur. »

● Faire déguster ...

« J'ai acheté une plancha. Sur le marché on fait des brochettes avec un morceau de pomme, un morceau de viande et un bout de fromage. Si le client goûte, il achète ! »

● Être impeccable

« Le plus important, c'est d'avoir toujours un étal propre. »

● Toujours avoir de la monnaie

« Je n'avais plus de monnaie, le client m'a engueulée parce que je lui rendais des petites pièces... »

● Bien organiser le stand

« C'est indispensable ! Il faut que ça soit pratique. On doit gérer tellement de choses à la fois : attirer les clients, échanger avec eux, les servir, encaisser, réapprovisionner et ré-agencer son stand en permanence, gérer les files d'attente ... On ne peut pas se permettre de perdre du temps et de l'énergie en ayant mal agencé son stand ! »

« On a fait plusieurs essais avant de trouver quel était le meilleur emplacement pour la caisse. »

● Faire attention à la présentation des produits !

« Vous vendrez rien si vous présentez vos produits sous vide au marché. Les gens veulent voir le produit. Vous transportez la viande sous vide, vous déballez la viande pour remplir l'étal et après vous déballez au fur et à mesure. Comme ça, ce qui n'est pas vendu reste sous vide et vous repartez avec. »

Méthodes et outils

✿ Comment rendre son stand attractif ?

Le consommateur se fait une idée de votre produit en regardant votre stand. Tout est signifiant.

La règle d'or :

mettre en avant le produit, pas son emballage !



Une des spécificités des produits fermiers est de faire la différence avec les supermarchés où tout est déjà emballé. Le client recherche le contact direct avec le produit (et pas uniquement avec le producteur).

« Ce qui doit être mis en avant, c'est le produit ! Quand on aménage son stand, il faut vraiment faire attention à ça. Prendre un peu de recul et regarder son stand : que voit-on en premier ? Ce sont les légumes qu'il faut mettre en avant, en valeur. »



Très souvent sur les étals de légumes, la première chose que l'on voit, ce sont les cagettes. Or ce que vient acheter le client, ce sont des légumes !
Richard Laizeau, président de l'A2RL.

✿ Qu'est-ce qui attire l'œil du client ?

▪ La couleur / les contrastes :

La règle d'or :

agencer les produits en privilégiant les contrastes

« Faut que ça flashe pour que les clients s'arrêtent ! J'ai mis une grosse pancarte en bois sur le passage, un brise-soleil en tissu écru et rose fuchsia, de l'écriture sur la vitrine ... »

« Il faut de la couleur dans une vitrine. On fait des produits à base de safran et autres épices qui colorent le produit. On fait des brochettes aussi. On n'en vend pas énormément, mais ça met de la couleur. »



▪ Les décrochés dans les niveaux :

La règle d'or :

présenter ses produits sur plusieurs niveaux

En général, une personne qui avance sur le marché regarde devant elle, tout droit. Si l'étal a tous ses produits à la même hauteur, le regard de la personne qui passe glisse sur le stand. Avoir plusieurs niveaux permet de faire un décroché et d'attirer le regard.



▪ La lumière, l'éclairage :

La règle d'or :

mettre en valeur ses produits grâce à la lumière



Le mieux : éclairer les produits.

- Attention aux parasols qui font de l'ombre ;
- Quelques astuces pour illuminer votre stand : néons sous les parasols, spots qui éclairent les produits, guirlandes lumineuses ...
- Avoir l'électricité peut parfois doubler le prix de la place, mais les ventes peuvent être considérablement augmentées.

La masse de produits :

La règle d'or :

plus il y a de produits, plus on attire le client !



Dans l'inconscient collectif, quand il y a de la quantité, c'est que les produits vont être abordables. A l'inverse, un stand où très peu de produits sont présentés donne l'impression qu'il s'agit de produits de luxe ... ce qui peut exclure certains clients.

Même quand on a un produit de qualité, il faut qu'il soit présenté en grande quantité.

- Créez artificiellement du volume avec des supports.
- Resserrez le stand au fur et à mesure des ventes pour garder cette impression de volume.

Expérience menée auprès de poissonniers :

Les gros tas de langoustines avec des prix plus élevés ont été mieux vendus que les petits tas avec des prix moins élevés.



Cette fiche a été réalisée dans le cadre du projet PATAM. Elle propose une restitution des interventions d'experts, mais également des témoignages de producteurs et transformateurs présents ou interviewés durant ces travaux.

Vous avez des questions ?

Contactez-nous !



ISOMIR

www.isomir.org
06 35 13 14 38
contact@isomir.org



AFIPAR

www.reseaucpc.org
05 49 29 15 96
afipar@wanadoo.fr

Visitez notre centre
de ressources en ligne :
www.ressources-isomir.org

Mentions légales

Edition :

ISOMIR - 139, bd de Sébastopol - 75002 Paris

Responsable de publication :

Laurent Jubert, Président

Date de publication : Septembre 2014

Rédaction et relecture :

Fanny Leguillette, Mélanie Nowik, Alexiane Spanu, Eléonore Charles, Aurélie Habasque

Mise en page : Compote de Com'

www.compote-de-com.com

Illustration : Bénédicte Moret

http://www.bloutouf.fr

Crédits photos : La Ferme de Ramon, Eléonore Charles, Association Le Mercadour du Larzac, office de tourisme Vievre Lieuvin, Sud Ouest Ph. D. J.

Un projet conduit par :



Avec le soutien financier de :



La responsabilité du Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt ne saurait être engagée.

