

POP'UP RÉNO

...ou comment aller chercher de nouveaux publics pour la rénovation !



EN QUELQUES MOTS

POP'UP RÉNO est un dispositif mobile qui s'installe de manière temporaire dans les Grandes Surfaces de Bricolage (GSB). Il propose une animation décalée, pour attirer les clients du magasin et aborder la question du confort chez soi, la santé, ou encore la réduction de la facture d'énergie.

LES OBJECTIFS

- Profiter de l'affluence des magasins de bricolage pour faire connaître les conseillers FAIRE
- Attirer du public et marquer les esprits avec une animation surprenante
- Créer un partenariat solide avec la grande surface de bricolage
- Convertir les vendeurs du magasin en acteurs relais du réseau FAIRE

POURQUOI C'EST UN BON PROJET

POP'UP RÉNO est un nouvel outil d'animation et une nouvelle approche pour les Espaces-Conseil FAIRE ! Il permet d'aller à la rencontre du public avec une palette d'outils attractifs et efficaces. Pour la grande surface de bricolage, cette animation et ces conseils sont une plus value dans l'offre de service, et permettent aux vendeurs de monter en compétence tout en transmettant leur expérience.

MOYENS MATÉRIELS



Un stand, incluant des supports de communication, des cartes de visite, du café, etc.



Un dispositif d'interpellation du public (dans le cas du POP'UP testé, des oeuvres d'art fictives en lien avec l'habitat et la rénovation, mais cela peut être tout autre dispositif interpellant).



Un espace conséquent dans le magasin de bricolage, dans un lieu de passage. Prévoir l'alimentation électrique.

MOYENS HUMAINS



En amont : un chef de projet motivé, qui gère la prise de contact et la préparation avec la GSB.



Une GSB motivée avec un interlocuteur disponible.



Au moins 2 ou 3 conseillers, motivés pour expérimenter de nouvelles techniques d'interpellation.

MODE DE FINANCEMENT



Autofinancement pour le temps humain, et aides techniques de l'ADEME, dans le cadre du programme EXPÉRÉNOs, pour la conception du stand et des supports d'animation.

PAS À PAS :

1.

Concevoir un pré-projet d'animation en Grande Surface de Bricolage : choix de l'animation et du mode d'interpellation, mobilisation de quelques conseillers.



2.

Prendre contact avec des grandes surfaces de bricolage. Pour cela, vous pouvez mettre en avant les différentes expériences POP'UP RÉNO déjà réalisées (photos, vidéos, etc.). Avancer l'idée qu'il s'agit non seulement d'un événement, mais aussi de développer un partenariat gagnant-gagnant.

3.

Développer le projet : budgétisation, conception du stand et des supports de communication, organisation des aspects matériels, etc.

4.

Dans l'idéal, organiser une formation à l'interpellation à destination des conseillers FAIRE (voir la fiche méthode d'interpellation).



5.

Préparer l'événement avec le magasin :

- Choix du jour idéal, de la communication à faire en amont. La GSB connaît les moments clés en terme d'affluence, les lieux de passages privilégiés. Ils seront force de proposition.
- Régler les aspects techniques : alimentation électrique, jours et horaires d'installation / démontage, moyens de délimiter l'espace...
- Aborder les aspects communication : annonces micro, affichage à l'entrée du magasin... ?
- Organiser un temps d'échange avec les vendeurs pour les informer, les briefer, et obtenir des conseils sur l'installation, les modes d'interpellation...
- Associer également les vendeurs le jour de l'événement : en faire des acteurs relais pour l'avenir, les inviter à participer au stand...

6.

Choisir l'emplacement avec le magasin :

- Dans l'idéal, l'allée centrale, un jour de forte fréquentation.
- S'il n'y a pas d'autre choix, s'installer à l'entrée. Dans ce cas, plutôt interpeller les clients qui sortent que ceux qui rentrent (simplement les saluer !).

7.

Quelques détails à régler avant l'animation :

- Gérer les aspects logistiques : véhicules, matériel, installation...
- Com dans le Journal de la collectivité et Presse locale.
- Commande des goodies
- Achats : eau, jus de fruit, café, bonbons...



8.

Les points importants pour le jour J :

- Commencer la journée par un brief des vendeurs présents.
- Essayer de voir les points qui intéressent les clients, et échanger entre conseillers sur ce qui fonctionne et ce qui fonctionne moins en terme d'accroche.
- Soyez préparé à recevoir des refus, cela fait partie du jeu, et les clients ne sont pas venus pour ça !
- Faire des pauses régulièrement (ça fatigue !).
- Profitez ! C'est une expérience très riche.

9.

Médiatiser :

Presse, Twitter, Facebook, instagram... : les réseaux sociaux vous permettront facilement d'augmenter l'ampleur de votre événement et de faire connaître votre Espace Conseil FAIRE !





- Les conseillers bien préparés à la technique d'interpellation, motivés pour sortir du cadre habituel et expérimenter de nouvelles méthodes.
- La carte postale, ou autre "goodie", un objet de qualité qui parle du projet et va être conservé.
- Inutile de s'acharner sur la com en amont ! L'objectif est de capter les clients du magasin, pas de faire venir de nouvelles personnes.
- Le ton et l'accueil ! L'espace doit être convivial, et le sujet n'empêche pas d'adopter un ton détendu !
- La tenue des conseillers : le noir, simple, sobre et élégant, permet d'être identifié facilement et de contraster avec l'ambiance du magasin (évite d'être pris pour un vendeur du magasin).



- La visibilité, pas évidente dans un espace saturé de couleurs et d'informations.
- Ne pas manquer de conseillers ! Être 2 voire 3 conseillers pour garder la dynamique le jour de l'animation.
- Éviter de mobiliser des conseillers uniquement intéressés par le côté technique, oui qui auraient des réticences à aller en GSB.

Si vous souhaitez monter un projet similaire, n'hésitez pas à contacter le/les porteur(s) de projet de cette expérimentation, et à utiliser les outils disponibles. Vous retrouverez toutes les infos, des vidéos et d'autres notices sur la page www.ademe.fr/expertises/batiment/passer-a-laction/experenos

Contacts

Laura Sabourin / ADIL-EIE79

l.sabourin@adil79.fr

05 49 28 08 08

Outils disponibles

- Dossier d'esquisses du stand
- Jeu de cartes d'auto-diagnostic
- Modèle tableau 'teaser'
- Cartes d'évaluation
- Formulaire de contact