

De l'espace pour les clients

Le client achète davantage là où il se sent bien. L'aspect intérieur d'une droguerie revêt donc une importance primordiale. Ce dont tient évidemment compte le SAQ droguerie DrogoThèque.

La rénovation complète date de quatre ans tout juste. Mais Thomas Bohl reçoit encore des compliments sur l'aménagement intérieur de sa droguerie. La raison principale de ce succès tient probablement à la manière inhabituelle mais pourtant sérieuse avec laquelle il a entrepris la transformation de son magasin à Flawil (SG). Pendant la phase de préparation très intense, **Thomas Bohl** s'est avant tout laissé guider par sa vision et ses sentiments personnels. Il a volontairement laissé de côté les exigences architecturales pour coller au plus près de son image de la droguerie idéale. Les planificateurs d'Adroplan ont ensuite adapté la vision dans une deuxième phase. «La collaboration a été très fructueuse», explique Thomas Bohl. Grâce à leurs conseils pointus, tout est parfaitement bien adapté, de la fonctionnalité du mobilier à la circulation optimale pour le personnel en passant par le flux de marchandises.

Investissement conséquent

Thomas Bohl a investi quelque 370 000 francs dans les transformations. «Un investissement qui se voulait bien réfléchi», ajoute-t-il. Et ça a payé: aussi bien la fréquentation de la clientèle que le chiffre d'affaires sont en hausse de quelque 10 % depuis la réouverture, estime le droguiste ES. Ces résultats réjouissants ont perduré jusqu'à aujourd'hui. Mais pourquoi les clients se sentent-ils bien dans la droguerie de la rue de la Gare?

En pénétrant dans le commerce, on s'y retrouve tout de suite. «Le flux des clients est facilité par la vue d'ensemble», dit Thomas Bohl. Les gondoles mobiles de 1,40 mètre de haut sont vides en haut, ce qui facilite la vision.

Le mobilier dégage une unité. Il est fait d'une combinaison de bois clair et de verre dépoli en contraste avec le sol en pierre foncé facile d'entretien des

quelque 150 m² de surface de vente. Effet spécial harmonieux: gondoles et étagères murales sont tout en rondeurs.

«Le bien-être du client est primordial. La droguerie doit donc avoir du style et être moderne, mais en aucun cas froide», ajoute Thomas Bohl. Des éléments sensoriels donnent une ambiance accueillante et retiennent l'attention: une fontaine gargouille, des luminaires jaune-orange baignent l'espace de vente d'une lueur agréable. Le samovar contient du thé prêt en tout temps. On entend en arrière-plan de la musique douce et apaisante. A noter: «Ces éléments sensoriels doivent être employés avec mesure. Le client doit les percevoir inconsciemment, mais son attention doit aller aux produits», explique le droguiste.

Les enfants sont les clients de demain

La grande liberté de mouvement et les espaces de conseil discrets sont d'autres caractéristiques de la droguerie Bohl que les clients apprécient beaucoup. Un autre point important encore: les questions des parents n'intéressent pas les enfants. Un espace de jeu est prévu pour les occuper. Quelques jouets de bois, des livres et des animaux en peluche leur suffisent. L'emplacement est de la plus haute importance: la mère devrait pouvoir voir son enfant où qu'elle soit dans le magasin. «Cela accroît considérablement la durée de son séjour dans le commerce», a constaté Thomas Bohl. Le sucre de raisin et les cahiers pour les enfants sont des instruments adaptés pour que les petits reviennent volontiers – et qu'ils restent fidèles à leur droguerie à l'âge adulte aussi.

Menta Scheiwiler / trad: mh

Spiritueux en droguerie: oui ou non?

Voilà une question qui donne toujours lieu à de vives discussions parmi les droguistes: les drogueries doivent-elles vendre du vin, de la bière et des spiritueux? L'ASD y est opposée et empêche ceux qui le font de bénéficier du statut droguerie DrogoThèque SAQ. Thomas Bohl gère dans sa droguerie un grand assortiment de vin et de spiritueux. Il est le seul fournisseur de la région. Une solution est de clairement délimiter les boissons alcoolisées du reste de l'assortiment. La combinaison avec de l'épicerie fine, par exemple avec une sélection de sauces pour les pâtes ou des chocolats au vin extra-doux, est une idée de cadeau recherchée. Un présent qui est manifestement adapté pour les gourmets. C'est pour cette raison que Thomas Bohl peut vendre vins et spiritueux avec bonne conscience.