

Le marketing des magasins d'alimentation

L'épicerie est une dépense variable. Nos préférences alimentaires, nos habitudes de consommation et nos compétences à gérer le contenu du frigo ont un impact sur le coût de cette dépense. Vous pouvez maximiser votre pouvoir d'achat en achetant des aliments nutritifs. Pour ce faire, vous devez apprendre à distinguer les aliments économiques et les vraies économies. Bien manger ne coûte donc pas plus cher quand on fait les bons choix.

Savez-vous que l'aménagement d'un magasin est organisé pour nous faire consommer davantage? La disposition des étalages et des produits ainsi que la mécanique des spéciaux, entre autres, sont conçus à cet effet.

Pourquoi le lait, les œufs et le fromage sont-ils au fond du magasin? Parce qu'on retourne souvent à l'épicerie pour ces produits. Ces visites nous obligent à traverser le magasin et à être tenté peut-être d'acheter d'autres produits qui n'étaient pas sur notre liste!

Les produits au bout des allées sont-ils réellement des spéciaux? Mais non! Ce sont les manufacturiers qui louent ces espaces stratégiques, en espérant augmenter leurs ventes... et ça marche!

Les produits les plus populaires et les plus dispendieux se retrouvent à la hauteur des yeux. Au milieu des allées, on retrouve les nouveaux produits ou ceux en vente par association (du chocolat à côté des bananes, de la vinaigrette et des croûtons près des laitues...). Sur les tablettes du haut, on retrouve les produits moins connus ou plus économiques, et sur celles du bas, les produits de base.

Tout est pensé, pour nous faire dépenser, de l'entrée à la sortie!
Les bonnes odeurs de pains frais et les comptoirs de produits préparés nous accueillent dès notre arrivée et la panoplie de friandises et de revues nous attend près des caisses au départ.