Les franchises de chaussures, en hausse !

Créer des initiatives de vente dans le secteur de la chaussure peut s’avérer concluant si l’on sait se frayer un chemin sans boussole. Armez-vous plutôt d’une bonne idée, d’un concept original, qui vous sera d’une plus grande aide. Actuellement les statistiques sont plutôt intéressantes, mais les recettes se partagent en de nombreux acteurs, quelques conseils sont à aller chercher du côté des marques qui réussissent à tirer leur épingle du jeu.

## Des activités de standing variables

Le marché de la chaussure est un marché hétérogène, dont les produits sont assez constants, malgré les effets de la mode. Un même produit peut refaire surface après une année d’absence, avec un soupçon de changement (couleur de lacets, modèle plat ou à talons). Une étendue de modèles, de matières et donc de prix s’offre à vous : les modèles varient de 1 à 20€ dans ce secteur ! La gérance d’une franchise d’enseigne de chaussure est intéressante : une aide peut vous être octroyée au démarrage, vous menez les collections selon une structure établie, et vous bénéficiez d’un savoir-faire déjà existant, qu’il ne vous reste plus qu’à apprivoiser. Avant de vous lancer, sachez que les Français consacrent de moins en moins d’argent à cette dépense, qu’ils parviennent à espacer. La tendance serait donc de miser sur des modèles de chaussures solides, que l’on peut garder longtemps de manière à satisfaire le client qui se redirigera vers vous pour une nouvelle paire.

## Des idées pour vous détacher de la masse

Pensez à mettre l’accent sur le confort, les vies des Français sont en transformation. On passe de la voiture au train, de la crèche à la salle de sport, les talons aiguilles doivent désormais s’adapter à ces parcours du combattant. L’idée à recommander serait d’envisager le marché de niche, qui va bien, notamment celui de la chaussure de sport, dont le style est de plus en plus recherché et qui représente 20% du marché. La concurrence est rude en matière de vente de chaussures, il va falloir établir des stratégies de fidélisation originales pour durer. Certains penseront à des cartes de fidélité. Mais allez plus loin. Vous pouvez par exemple organiser des promotions spéciales dédiées à vos clients qui se seront enregistrés préalablement en boutique lors d’un achat par exemple. Vous pouvez décliner sous une nouvelle couleur un concept de chaussures qui a bien fonctionné l’année précédente, le meilleur exemple est celui d’une marque de tongs brésiliennes qui a bâti un véritable empire sur quelques coutures de caoutchouc.

## Le filon de la vente à distance

Aussi la vente à distance et par internet permet désormais de réduire les coûts d’un local, intéressant pour un secteur qui marche bien ces temps-ci. Etrange quand on imagine qu’il est important d’essayer une chaussure avant de l’acheter… Ce sont en fait les prix qui séduisent les consommateurs, qui retrouvent leurs marques préférées à bas prix. Si vous êtes tenté par ce secteur, pensez à privilégier un service après-vente de qualité, qui assurera votre réputation sur internet mais aussi auprès de vos clients. Même après une telle dépense de structure vous vous y retrouverez, puisqu’un local-boutique situé en zone commercial représente une dépense de plus en plus coûteuse.