

Informations de l'association professionnelle

SÉLECTIONNER POUR SE DÉMARQUER

Pour faire face au recul des ventes, j'avais recommandé ces dernières années de se spécialiser, d'adopter une stratégie de niche et de se recentrer sur les compétences personnelles. Les chefs d'entreprise qui ont adopté cette politique ont mieux résisté à l'effondrement des chiffres d'affaires de 2015. Mais pour 2016 et les années à venir, nous devons redéfinir



Sigi Uetz, Président

les notions de spécialisation et de stratégie de niche. Désormais, ce sont l'exclusivité, l'originalité, la différence et la singularité, revendiquées haut et fort, qui feront la plus-value de votre magasin. Pour réussir, la première mesure à prendre est de faire disparaître de vos rayons tous les articles qui sont également proposés par la concurrence, et de les remplacer par des produits qui ne se trouvent pas dans les magasins globalisés de toutes les villes du monde. Il va donc falloir à nouveau chercher, visiter des salons, discuter d'offres alternatives avec les agences et les grossistes. Abandonnez les « labels » et élaborer votre propre gamme personnelle. Documentez votre unicité par de nouveaux concepts d'aménagement de votre magasin et la créativité de sa décoration. Envisagez des synergies – avec une papeterie, un café, une boutique inédite de cadeaux ou de fleurs, une galerie – et voyez si elles peuvent créer l'événement qui fera l'originalité de votre magasin de textiles. Mais ce qui devra en priorité vous démarquer, ce sont votre personnalité et l'intensité de votre engagement, de même que la gentillesse de votre personnel. Faire de votre magasin un pôle d'attraction irrésistible, telle est la clé pour conquérir la clientèle. A vous de trouver comment ! Une tâche pas facile, certes, mais l'effort de créativité en vaut la peine.

Bien à vous, Sigi Uetz, Président

CONSEILLER

ÊTRE PRÉSENT SUR INTERNET, OUI, MAIS COMMENT ?

Définir la solution en ligne en adéquation avec votre magasin vous semble une tâche insurmontable ?

Le séminaire élaboré par Christian Gärtner de l'École suisse du textile peut vous y aider.

Le web est en train de conquérir le monde. Jour après jour, la numérisation progresse et ne s'arrête ni aux frontières de la société ni à celles des secteurs économiques les plus divers. Il est donc grand temps, dans le textile également, de tenir compte des mutations et d'apprécier avec pertinence le nouveau comportement de la clientèle.

Lors d'un séminaire dual compact, composé de différents blocs théoriques et des volets pratiques s'y rapportant, les participants pourront découvrir et analyser l'éventail des possibilités offertes par un modèle d'affaires numérique et planifier ensuite leur propre site web. Concrètement, on abordera ici les multiples facettes de la présence en ligne – newsletter, blog,

mais aussi pages web, plateformes de vente et même boutiques en ligne.

Après le séminaire, vous serez capable de prendre vous-même en main la question de votre présence en ligne. Vous serez apte à décider des instruments adéquats avec lesquels vous voulez concevoir votre avenir numérique, des partenaires qui pourraient vous aider et de la contribution personnelle que vous pouvez et voulez apporter.

Soudain, la montagne ne sera plus invincible et vous pourrez vous y attaquer avec enthousiasme car vous serez bien équipé. Vous serez également en mesure de décider si vous souhaitez ou non être guidé dans cette tâche, si vous ciblez immédiatement l'objectif final ou si vous voulez procéder par étapes. Peut-être cette première étape vous ouvrira-t-elle déjà de nouveaux horizons !

Le séminaire aura lieu le mardi, 12 avril, 13–16 h 30 à l'École suisse du textile, Hallwylstrasse 71, 8004 Zurich. Inscrivez-vous auprès du secrétariat de Swiss Fashion Stores par e-mail (office@swiss-fashion-stores.ch) ou par téléphone (058 249 20 73).



Quel type de présence sur Internet pour votre magasin ? Grâce à ce séminaire, vous pourrez relever le défi.



UNIR

1^{er} JUIN FASHION DAY 2016

L'Assemblée annuelle de Swiss Fashion Stores est organisée cette année au siège central de la Neue Zürcher Zeitung. Dans ce haut-lieu de l'actualité, il sera notamment question des stratégies dont le commerce de détail en textiles a besoin aujourd'hui.

Réservez la date du 1^{er} juin dans votre agenda pour le SWISS FASHION DAY 2016. Nous serons accueillis par la NZZ, en plein cœur de Zurich.

Après les paroles de bienvenue, les délégués se réuniront brièvement pour traiter les questions statutaires. Un sujet brûlant: « Les changements structurels dans le commerce de détail en textiles » sera au cœur de l'événement. Le premier intervenant sera Martin Hotz de Fuhrer & Hotz à Baar. Une table ronde permettra ensuite d'approfondir les différents points de vue.

Les membres de Swiss Fashion Stores recevront une invitation personnelle par la poste.

SWISS FASHION DAY 2016
1^{er} juin 2016, 15 h 30
NZZ, Falkenstrasse 11, 8021 Zurich

Programme :

- 15 h 30 Paroles de bienvenue
- 16 h 00 Assemblée des délégués
- 16 h 30 Petite pause café
- 16 h 45 Exposé
- 17 h 30 Table ronde
- 18 h 15 Apéritif dînatoire et réseautage
- 20 h 00 Clôture

FORMER

COURS INTERENTREPRISES – OÙ EN SOMMES-NOUS ?

Ces derniers temps, les cours inter-entreprises dispensés dans le cadre de la formation professionnelle de base ont suscité de vives controverses et des débats animés. Lors de la récente table ronde, les discussions ont permis à tous les intéressés d'exposer leur vision des choses.

A l'initiative de Swiss Fashion Stores, toutes les instances et tous les responsables de la formation professionnelle de base se sont réunis le 9 mars dernier à Berne. Sous la direction de Josef Widmer, Directeur suppléant du Secrétariat d'État à la formation, à la recherche et à l'innovation (SEFRI), cette table ronde a réuni des représentants des organisations suivantes: Conférence suisse des offices de la formation professionnelle (CSFP), Formation du Commerce de Détail Suisse (FCS), cantons BL et SO, Swiss Men Women Stores et Swiss Fashion Stores.

Les différents points de vue et conceptions y ont été exposés et les questions soulevées par les modifications proposées ont pu être

discutées. Ces débats ont permis d'aboutir à un constat concret et positif, à savoir la confirmation de Swiss Fashion Stores comme partenaire important et fiable au sein de la formation professionnelle de base. Des initiatives concrètes de collaboration entre les associations professionnelles Swiss Men Women Stores et Swiss Fashion Stores en ont découlé.

Au terme de la table ronde, une première réunion de la Commission de la formation professionnelle a été décidée. Elle se tiendra le mardi 24 mai 2016 avec, pour ligne directrice, la « Letter of Intent ». A cette occasion, Swiss Fashion Stores sera représentée par ses deux formatrices, Madame Maggie Maier et Madame Christine Romano.

Notre objectif demeure la mise en place de conditions optimales pour l'organisation des cours interentreprises et des processus de qualification, et ce, dans l'intérêt des apprenants et des formatrices et formateurs professionnels, afin qu'à l'avenir une formation au sein de notre branche demeure un objectif intéressant et valable pour les jeunes.

UNIR

VOTRE MAGASIN SUR « AMERICAN EXPRESS SELECTS »

Attirez de nouveaux clients aisés grâce à votre présence sur la plateforme en ligne d'American Express. Des offres spéciales vous attendent.

Les marchés sont vastes, les clients sont choyés et l'offre est immense. D'où la nécessité de faire connaître votre magasin et vos produits de manière ciblée aux clients potentiels.

Sur la plateforme en ligne « American Express Selects », vous pourrez séduire et fidéliser de nouveaux clients par une offre spéciale – autant de personnes qui auront plaisir à venir et revenir dans votre magasin

pour y faire des achats. Limitée dans le temps, votre « offre » est l'assurance d'atteindre 435 000 détenteurs de la carte American Express en Suisse. Dans la rubrique « Portraits », une annonce permanente vous permettra en outre de présenter votre entreprise sous un jour favorable.

La mise en ligne d'offres spéciales et de votre portrait est gratuite – seul le coût de l'offre est à votre charge. Pour vous convaincre, le mieux est d'aller sur : www.americanexpress.ch.

Profitez de cette opportunité et envoyez votre offre spéciale et/ou votre portrait (texte et photo) par e-mail à : info.partner@swisscard.ch.





À Lyss (BE), la boutique de mode Knecht existe depuis 140 ans. Sur une fraction de son ancienne surface, elle propose aujourd'hui une gamme inédite de prêt-à-porter féminin à l'élégance sportive, au top de la mode.

UNIR

« JE COMPARE TOUJOURS À LA GASTRONOMIE »

«Le contact personnel», voici ce qui, pour Beat Knecht, importe le plus dans la gestion de ses boutiques de mode de Lyss et Soleure. C'est grâce à cette devise que cette maison vieille de 140 ans a aujourd'hui encore le vent en poupe. Entretien avec Beat Knecht.

Comment décririez-vous votre boutique ?

Trois étages, 300 m², en fait, notre magasin était totalement surdimensionné pour une ville comme Lyss. Aujourd'hui, nous n'occupons plus que les deux tiers du rez-de-chaussée; un tiers est loué à Gregory et Gustav Homberger qui gèrent le prêt-à-porter pour hommes en toute autonomie. Pour les femmes, nous proposons une mode élégante et sportive, se situant dans une gamme de prix moyenne à élevée (élevée pour le Seeland bernois). Nous avons porté l'accent sur les tailles petites et moyennes.

En quoi votre boutique est-elle unique ?

Nos acheteuses sont d'origine italienne. Elles séjournent souvent dans ce pays et ont un sens très aigu de la mode, en particulier des couleurs. Nous recevons souvent des compliments à ce propos. Nous avons également de l'audace, pour preuve, le rouge Pa-

rajumpers très spécial que vous voyez ici. Chaque saison, nous veillons à proposer deux ou trois nouveautés, par exemple les sacs Coccinelle et la nouvelle marque joyce & girls. Nous pouvons ainsi surprendre les clientes. En entrée de gamme vous trouvez Marc O'Polo, avec des nouveautés livrées chaque mois, et en haut de gamme, Moncler. Nous ne proposons guère de mode combinée, mais associons les marques à notre goût. Je peux sans crainte affirmer que dans le domaine de la mode, nous sommes à



l'avant-garde ! Parfois, même un peu trop, c'est là notre problème majeur. En comparaison avec l'Italie ou les grandes métropoles, par ici la sensibilisation aux dernières tendances de la mode est peut-être un peu à la traîne.

Nous travaillons pratiquement sans stocks. En fin de saison, la marchandise doit avoir été vendue, à quelques pièces près, car elle a alors perdu toute valeur. Les deux boutiques de Lyss et de Soleure sont d'ailleurs très différentes. A Soleure, nous sommes connus pour nos ceintures.

Ressentez-vous les mutations économiques dans le commerce de détail ?

A l'origine, je suis banquier, les changements structurels ne m'ont donc pas surpris. Lorsque j'ai repris l'entreprise il y a 24 ans, mon père employait encore 73 personnes. Aujourd'hui, j'en suis sans doute au minimum, tant en termes de surface que de personnel. Pour continuer à exister, il faut être extrêmement grand ou extrêmement petit. Et quand on est très petit, le problème, ce sont

Beat Knecht gère son entreprise avec une grande flexibilité et mise sur l'attrait qu'exerce la relation personnelle avec les clientes.

les quantités à acheter. Mais bon, nous possédons deux petits magasins ! Nous sommes huit ou neuf collaborateurs, tous à temps partiel, en fait uniquement des femmes ayant des enfants, pour certains déjà adultes. Elles font preuve d'une grande flexibilité entre elles et apprécient de pouvoir travailler dans la mode. Quant à moi, je suis heureux de continuer à diriger une entreprise familiale vieille de 140 ans. Malgré les circonstances difficiles, nous avons bien surmonté les deux dernières années, tant sur le plan du chiffre d'affaires que sur celui de la rentabilité.

Avez-vous des stratégies d'achat particulières ?

Par rapport à notre chiffre d'affaires, nous achetons des quantités plutôt restreintes. Vers la fin de la saison, nous pouvons donc nous réapprovisionner à court terme, en fonction de ce qui marche bien et de ce qui manque sur le marché. Un fournisseur qui me connaît très bien a dit : « Tu es très réactif. On peut t'appeler quand on veut, une heure après, tu es là. Et si j'ai une offre spéciale, tu n'attends pas et tu organises une action sans tarder. »

Que pensez-vous d'un portail en ligne pour votre boutique ?

Nous avons un site web sur lequel nous présentons nos marques et produits. Mais pour nous, un portail de vente en ligne n'entre pas du tout en considération. 90 % de ceux qui le proposent affichent des pertes. De plus en plus de gens commandent sur Internet, nous le savons. Mais il y aura toujours des femmes souhaitant aller dans les magasins, découvrir des produits, toucher les matériaux, et surtout essayer. Nous avons très peu de fluc-



Knecht Mode à Soleure : une petite surface magnifiquement située.

tuations dans notre personnel. Nos vendeuses connaissent la cliente, savent ce qu'il y a dans son armoire et peuvent la conseiller individuellement. Je compare toujours notre modèle d'affaires à la gastronomie. Personnellement, je retourne volontiers dans les mêmes restaurants et je commande de préférence auprès d'un serveur que je connais. C'est la même chose dans notre boutique. Autrefois, j'étais connu pour mes défilés de mode géants. Aujourd'hui, pour notre 140^e anniversaire, j'invite souvent des clientes et des fournisseurs autour d'une bonne table et privilégie la simplicité, la qualité et le contact personnel.

Que faites-vous en matière de fidélisation et de suivi de votre clientèle ?

A Lyss, nous comptons environ 80 % de clientes régulières, à Soleure, 30 %. Nous ne

les submergeons pas de publicité, nous savons qu'elles n'apprécient pas. Nous avons simplement instauré une carte de fidélité et accordons un bon d'achat, lorsqu'un certain montant est atteint.

Quel est votre prochain projet ?

Actuellement, je ne prévois pas de changements majeurs. Mes meilleures responsables d'achat vont travailler encore une douzaine d'années et tant qu'elles continuent, je ne change rien.

Où en sera votre magasin dans cinq ans ?

Les chiffres d'affaires ne progressent pas à l'infini ! Concernant ma succession, je préfère laisser venir les choses. On n'est pas obligé de tout régler. Mais le but, bien sûr, est que le magasin perdure. (www.knechtmode.ch)



Swiss Fashion Stores
Le Réseau de la Mode

former. conseiller. unir.

Éditeur et secrétariat
Swiss Fashion Stores SFS
c/o KPMG AG
Hofgut 3073 Gümligen
Téléphone 058 249 20 73
Fax 058 249 76 96
office@swiss-fashion-stores.ch
swiss-fashion-stores.ch

Président
Sigi Uetz
E-mail uetzsigi@yahoo.com

Rédaction et communication
Pia Schwab
NZZ Fachmedien AG
Téléphone 078 956 45 53
E-mail pia.schwab@nzz.ch

Nous remercions SwissCard AECS
SA et ADUNO pour leur soutien

ADUNO

Notre partenaire pour Mastercard,
Visa et Maestro



Notre partenaire pour AE Cards