

POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC®

Le nouveau concept magasin qui booste le chiffre d'affaires !

Comme nous l'avions annoncé dans la précédente édition de Résonance, POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC® vient de terminer son tout nouveau guide de préconisation à destination des agences (en propre ou affiliées). Ce document, mûrement réfléchi et bâti par Caroline Ammeux et ses équipes, ainsi que par tous les managers du groupe FUNECAP, est désormais prêt.



... les magasins qui appliquent à la lettre ces préconisations constatent une progression significative de leur chiffre, tant en pompes funèbres qu'en articles ou monuments

Caroline Ammeux, directrice développement et animation réseau France



La vocation est de rappeler aux affiliés ou aux salariés du réseau de magasins POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC® en propre, que la notoriété ne se construit pas que sur un nom, mais également sur la cohérence et la répétition de repères et de points de vente sur l'ensemble du territoire national. Son but est aussi de pouvoir diffuser des conseils ou des préconisations que la marque a pu tester ou constater dans ses magasins et sur plusieurs types de marchés, mais également chez ses affiliés. Concentrer les meilleures expériences du groupe pour en faire bénéficier le plus grand nombre.

Le groupe a maintenant beaucoup de recul dans ce métier et, sur la base de centaines d'observations, a ainsi pu bâtir et rénover un concept complet dont la seule ambition est de faire progresser le chiffre d'affaires, la qualité perçue et naturellement les marges des agences, qu'elles soient affiliées ou en propre.

Tout a été passé au peigne fin et analysé dans les moindres détails, depuis les couleurs des sols, des murs ou des meubles jusqu'à la présentation des articles, dans un ordre strictement dicté par les techniques merchandising les plus abouties.

En tout cas, les magasins qui appliquent à la lettre ces préconisations constatent une progression significative de leur chiffre, tant en pompes funèbres qu'en articles ou monuments. "Les progressions sont assez surprenantes parfois, et je peux citer au moins cinq ou six affiliés qui ont essayé ce que nous avons conseillé,

Philippe Gentil, président de la marque POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC®.



Concentrer les meilleures expériences du groupe pour en faire bénéficier le plus grand nombre

et force est de constater que ça marche !" déclare Caroline Ammeux. "Nous nous attachons parfois à des détails, mais ce sont ces derniers qui permettent de réaliser une meilleure vente, ou de mieux éclairer les familles dans leur choix. Ainsi, se sentant plus en confiance, elles portent parfois leur choix sur une prestation plus complète et correspondant mieux à leurs besoins", ajoute-t-elle.

"C'est édifiant de constater que la profession funéraire a encore aujourd'hui parfois des freins par rapport à l'acte commercial vis-à-vis des familles qui s'adressent à elle", poursuit Philippe Gentil, président de la marque POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC®, tout en ajoutant : "Pourtant, comme nous le constatons tous les jours, même si le sujet n'est pas courant, c'est l'achat d'une prestation

... ce guide est l'expression de tout ce qu'il est nécessaire d'entreprendre, au minimum, pour gagner en chiffre d'affaires et en qualité...

... grâce aux préconisations et recommandations prodiguées par l'enseigne POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC®, j'ai très rapidement pu faire décoller mon activité...

de services comme une autre que nous proposons, et il n'y a aucune raison objective pour ne pas avoir une démarche client similaire à ce que l'on trouve dans d'autres métiers. Certes, nous traitons un côté émotionnel intense dans le contexte des obsèques, mais si nous ne mettons pas en œuvre tous les codes et outils permettant au client de réellement identifier ce qu'il souhaite, nous ne faisons en fait pas correctement notre travail. Beaucoup pensent que tout est question de prix. C'est inexact. Les clients qui cherchent exclusivement un tarif représentent moins de 10 % du total en province et environ 15 % en Île-de-France. Ce que les clients cherchent, c'est d'abord une solution à un problème souvent inattendu, et ensuite que l'on prenne soin d'eux, du stress et du chagrin intense qu'ils vivent. L'argent, c'est le moyen d'acheter une solution et de réduire la douleur, et dans ces moments-là, le budget est certes regardé, mais ça n'est pas la préoccupation majeure des familles, même chez POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC®. En travaillant sur les Codes commerciaux et en se libérant de certaines habitudes fortement ancrées dans les mentalités, on parvient à atteindre ses objectifs : une amélioration du panier moyen et l'augmentation de l'indice de satisfaction clients.

Je me répète, mais ce guide est l'expression de tout ce qu'il est nécessaire d'entreprendre, au minimum, pour gagner en chiffre d'affaires et en qualité, donc en satisfaction clients, et il permet non seulement de progresser, mais aussi de fidéliser une clientèle que nous ne voyons pas, par la force des choses, régulièrement dans nos agences. Il est donc très important et sa parution est essentielle..."

Interrogée sur ce thème, la récente affiliée de Saint-Nazaire, Mme Durand, confirme : "Je n'étais pas issue du métier, mais grâce aux préconisations et recommandations prodiguées par l'enseigne POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC®, j'ai très rapidement pu faire décoller mon activité, ce qui m'amène à souscrire à deux nouveaux projets dans ma région. J'en suis évidemment très heureuse."

"Nous allons poursuivre la rédaction de fiches complémentaires et thématiques qui viendront s'ajouter au guide existant", explique Caroline Ammeux. En tout cas, les candidats à l'enseigne sont demandeurs, et si nous en croyons ce que nous dit Philippe Gentil : "On ne développe pas une marque sur son seul nom et en demandant à ses affiliés de payer des royalties sans un retour fort et appuyé de l'enseigne. L'époque où la seule prise d'une marque de renom suffisait est révolue. La concurrence est aujourd'hui très vive, et c'est en s'appuyant à la fois sur une marque, des recommandations d'aménagement, de conduite, des Codes commerciaux et naturellement sur la bonne formation du personnel, qu'une agence de pompes funèbres peut progresser. POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC® s'y emploie et continuera dans cette voie pour le plus grand bien de ses magasins en propre, mais aussi et naturellement de ceux de ses affiliés."

