

# Du conseil et des supports pour aménager votre centre



## Démarquez-vous pour plus d'impact

- **Pourquoi faire une bonne impression est-il important pour votre centre ?**

Le monde est aujourd'hui plus visuel que jamais : la mise en scène et le look de votre aménagement intérieur, comme de votre vitrine, sont donc cruciaux pour se démarquer de vos concurrents potentiels, et séduire prospects et clients. Cette affirmation est vraie, que vous vendiez du maquillage, des lunettes ou des aides auditives ! Votre centre et présentation du produit sont souvent la première impression de vos visiteurs : cela les influence avant même de vous rencontrer.

- **Faire de l'aide auditive un accessoire stylé**

Les appareils auditifs sont des dispositifs médicaux, mais ce sont aussi des accessoires de communication modernes et des concentrés de haute technologie. Nous pensons qu'il est important de les présenter aux utilisateurs de cette manière-là, et pouvons nous inspirer de ce qui a été fait par l'industrie depuis de nombreuses années en la matière. D'autres branches du domaine de la santé comme les dentistes et les opticiens, ont également commencé à adopter ces principes avec un grand succès. Un aménagement de centre réussi n'est pas forcément coûteux, on peut faire beaucoup avec peu de choses.



Ambiance

### **L'astuce de notre styliste Oticon**

Créez de petits arrangements en mettant en scène les appareils auditifs et des objets qui font partie du quotidien de vos patients : lunettes, télécommande de TV ... C'est chaleureux et rassurant pour un prospect parfois inquiet qui découvre un nouvel univers.

## Faites une bonne première impression

### ● Créer des décorations de vitrine

Les vitrines du centre sont l'un des outils de communication marketing les moins chers et les plus efficaces. Un espace en vitrine est idéal pour attirer l'attention des passants et les intriguer.

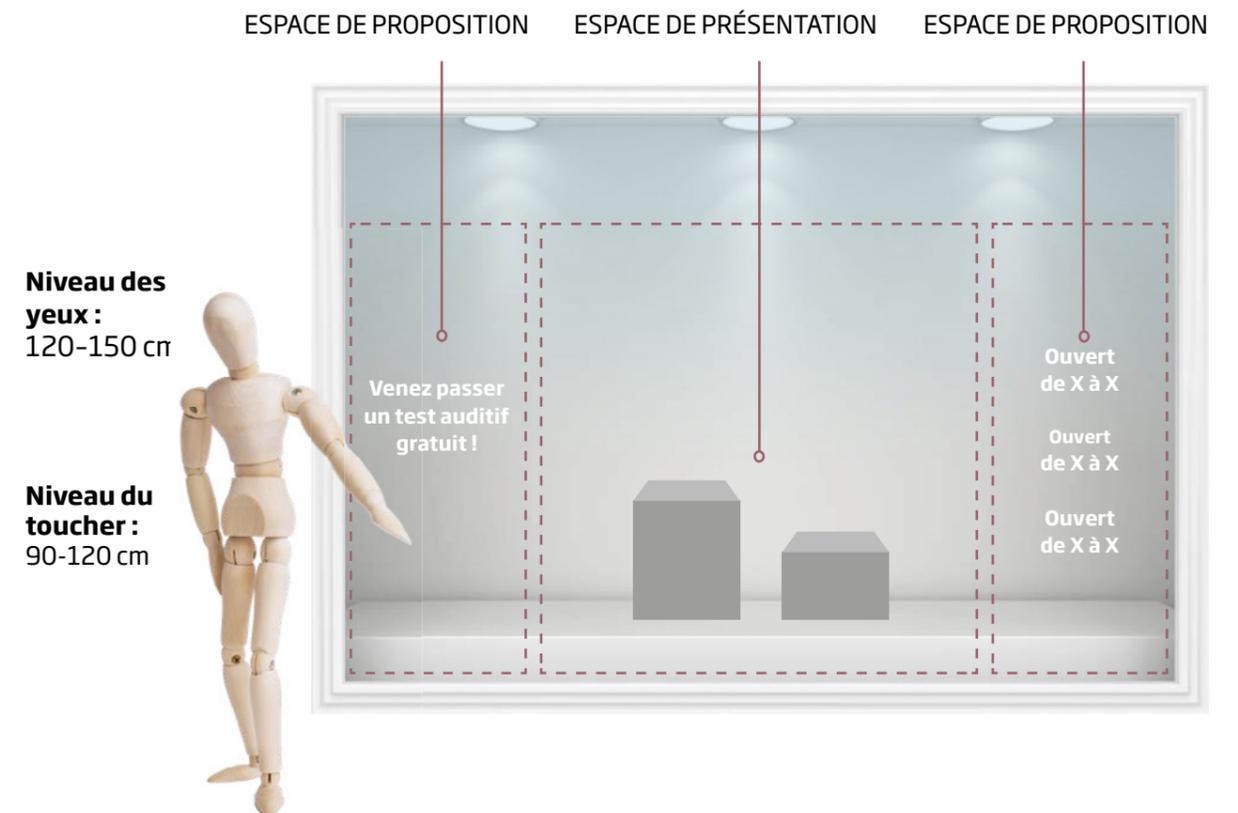
Tous les centres ne possèdent pas de vitrine, mais si vous en avez une, n'hésitez pas à l'exploiter au maximum. Parmi les erreurs les plus courantes dans la décoration des vitrines, on peut citer : utiliser la vitrine pour des posters uniquement, mettre trop d'articles dans la vitrine ou placer les articles trop bas. « Le niveau des yeux est le niveau d'achat ». Il est extrêmement important de mettre l'accent sur la visibilité, surtout si l'on considère la taille des produits exposés et l'âge moyen de vos clients.

### ● Les principaux points à retenir

- La simplicité avant tout : une vitrine trop encombrée attire moins l'oeil, et les aides auditives sont si petites qu'elles peuvent facilement être égarées. Nous recommandons d'utiliser des présentoirs.
- Intriguer les gens : d'après notre expérience, les gens sont souvent surpris par le design et la taille des aides auditives modernes. En présentant les aides auditives comme des produits design, vous pouvez créer un sentiment de surprise, d'excitation et d'intérêt.
- Accentuer les produits par un bon éclairage : pour les petits articles tels que les aides auditives, l'éclairage peut s'avérer être un élément essentiel pour inciter les gens à s'arrêter.

### ● Votre vitrine possède plusieurs fonctions :

- Présenter les aides auditives comme des produits design épurés et de haute technologie
- Communiquer leurs avantages clés d'une manière facile à comprendre, en insistant sur les avantages procurés à l'utilisateur. Ils doivent pouvoir être compris par les personnes n'ayant aucune connaissance en matière d'aides auditives ou de jargon tel que BTE/ITE
- Inciter à l'action tel que : « Venez passer un test auditif gratuit ! »



### Pensez aussi à l'habillage sur-mesure

Augmentez l'impact de votre vitrine avec un habillage en covering partiel ou total, couplé ou non à une opération de marketing direct. Nous pouvons vous accompagner sur ce dispositif spécifique : n'hésitez pas à prendre contact avec le service marketing ou votre Animateur Réseau pour en savoir plus.

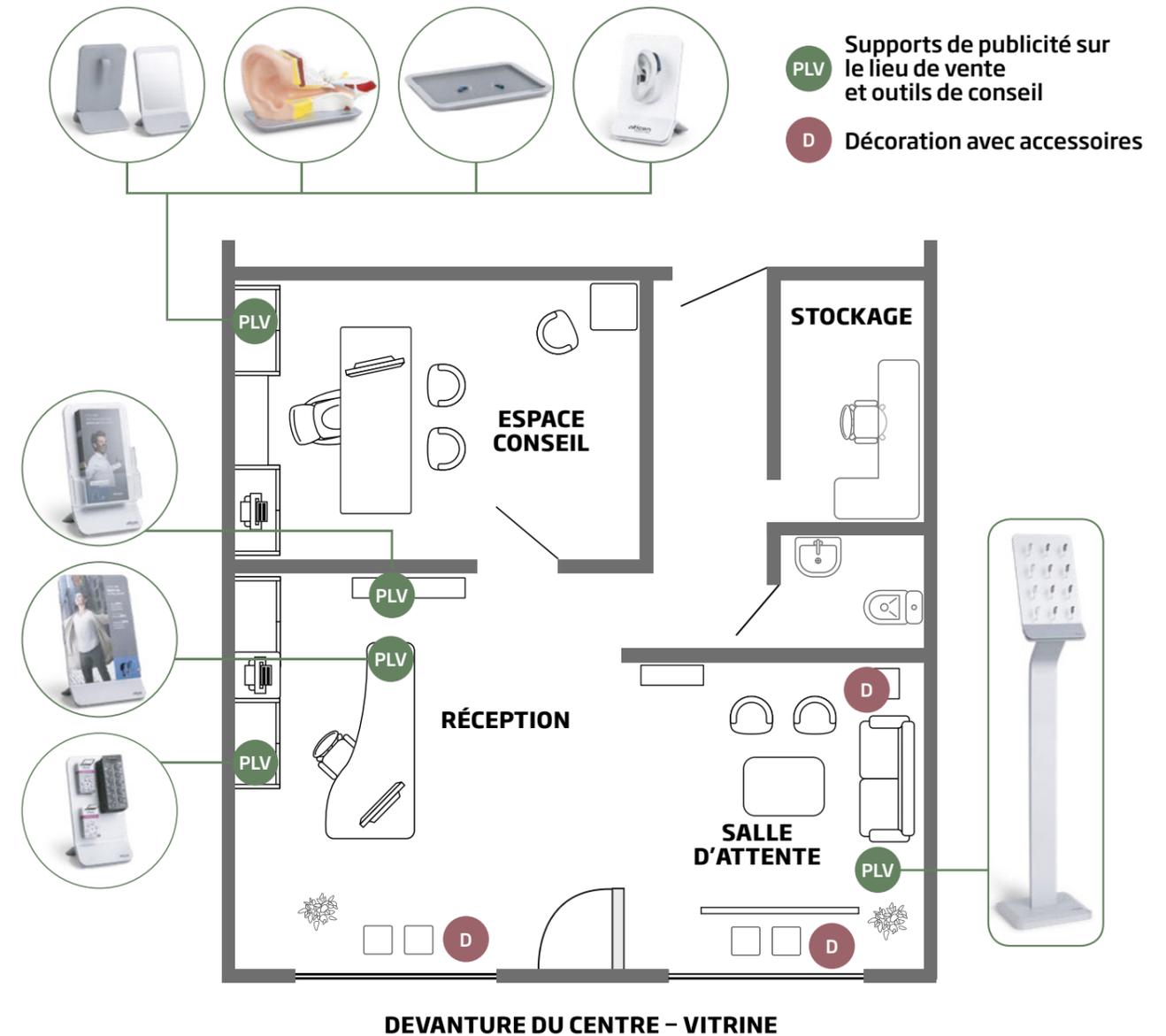
# Optimisez les principaux espaces du centre

- **Commencez par ce que vous avez**

Quelle que soit la taille de votre centre, considérez les différents espaces principaux, par exemple développer la zone de réception, la salle d'attente et l'espace conseil. Lorsqu'il s'agit d'esthétique et de décoration, le point de départ consiste à exploiter au maximum ce dont vous disposez. Commencez en observant les présentoirs, les tables, les tables auxiliaires, les armoires, les rayons et les supports de PLV dont vous disposez, et déterminez si vous exploitez au maximum vos articles, ou si vous pourriez mieux les utiliser dans d'autres espaces de votre centre. Considérez le flux de votre centre. Où vont vos clients et quand ?

- **La réception et la salle d'attente**

À la réception et dans la salle d'attente, vos clients doivent se sentir les bienvenus. En utilisant une décoration personnelle, vous pouvez faire en sorte qu'ils se sentent comme à la maison, leur faire découvrir les valeurs de votre centre et leur montrer ce que votre centre peut leur offrir. S'ils sont amenés à patienter un peu en salle d'attente ou à côté de la borne d'accueil, c'est une opportunité pour leur apporter de l'information utile. Des supports pour brochures et des présentoirs peuvent être placés sur le bureau de la réception ou dans la salle d'attente, parallèlement à des aménagements élégants qui présentent les aides auditives et les accessoires.



## Nos outils à disposition

Nous vous proposons de nombreux éléments de décoration pour valoriser les produits : présentoirs, factices, cubes, totems, posters... Sans oublier, les vidéos à télécharger pour animer votre salle d'attente.

Éléments à retrouver sur : [www.oticon.fr/professionals](http://www.oticon.fr/professionals)

# Quelques conseils esthétiques

- **Mobilier design et épuré**

Il existe un nombre incroyable d'objets et de petits mobiliers dans les magasins spécialisés en bricolage et en décoration... le tout à budget réduit !



- **Point focal ou zone de convergence**



Il s'agit de créer un point focal afin que le regard soit attiré par les produits.

- Les aides auditives sont minuscules. C'est un avantage pour l'utilisateur, mais cela signifie également que lorsqu'elles sont exposées à côté d'accessoires, elles sont pratiquement invisibles.
- Placez les aides auditives sur une assiette en métal, un sous-verre, un plateau en bois ou une boîte décorative pour qu'elles deviennent votre point focal.



## Notre équipe vous accompagne

N'hésitez pas à contacter dès aujourd'hui votre Responsable Régional et votre Animateur Réseau pour une mise en place réussie !



life-changing  
**technology**

Changer les technologies.  
Changer les conventions.  
Changer les vies.

[www.oticon.fr](http://www.oticon.fr)

Oticon est une marque du groupe Demant.  
Life-changing technology signifie Des  
technologies qui changent la vie.

**oticon**  
life-changing **technology**