

# RETAIL laboo

## Stand Clinique : le libre conseil en grand magasin

Par Pascale Brousse (1), 13/01/2012

**En attendant le "smart bar" de Bloomingdale's, la marque de cosmétiques a lancé aux Galeries Lafayette Haussmann un concept de libre-service.**

Petite révolution dans le monde **cosmétique** des grands magasins : lors de sa refonte en novembre dernier aux **Galeries Lafayette Haussmann**, la **marque Clinique** a mis à disposition des clients des paniers avec l'accroche suivante : "Envie de liberté, prenez ce panier, nous vous laissons choisir seul(e). Promis".



Une autre alternative est d'enfiler un des trois bracelets proposés (rose, vert, blanc) afin de signifier si vous souhaitez flâner, si vous êtes pressé ou si êtes disponible pour parler ou pas - cela rappelle vaguement un plan drague !

Finis le harcèlement des vendeuses des grands magasins (les pires étant celles des USA) : le client est enfin respecté et peut évoluer en toute liberté sur le stand, essayer les produits à disposition et demander un conseil ou un diagnostic de peau si, et seulement si, il le souhaite.

Voilà une initiative qui pourra permettre aux jeunes et aux hommes de se risquer davantage dans cet univers. La rénovation du stand, très (trop) lumineuse comporte également un intéressant **top 5** de la marque – avec Even Better en tête, le produit anti-tâches qui cartonne depuis neuf mois (depuis le temps que nous savons que la catégorie anti-âge est dépassée). Ce classement astucieux visible dans d'autres enseignes (comme Sephora) permet d'avoir des repères instantanés. Il est prisé par les Japonais de longue date (comme Ranking Ranqueen).

## À LIRE AUSSI

- ▶ L'usage du smartphone explose chez les shoppers français
- ▶ Clinique écoute ses clients
- ▶ Banana Republic : les Champs-Élysées s'américanisent de plus en plus !
- ▶ Hema : la puissance de la simplicité
- ▶ Succès pour le comparateur Mobile E. Leclerc



Mais la grande révolution, Clinique l'a lancée début 2011, sur son stand Bloomingdale's NYC, en créant un **"smart bar"**, véritable espace digitalisé, où le shopping devient une expérience personnalisée extrêmement ludique. Grâce à un écran tactile encastré dans le comptoir (Microsoft Surface), les informations des produits choisis s'affichent automatiquement et vous reliez aux appréciations d'autres consommateurs et tutoriels d'utilisation. Vous pouvez publier votre panier virtuel sur votre "mur" et / ou faire un "express check-out". Enfin, grâce à un partenariat avec le relooking virtuel Taaz, vous pouvez visualiser une simulation des résultats après trois mois d'utilisation d'un produit sur votre propre visage...

En un an, Clinique aura équipé près de **1 300 magasins d'iPad Diagnostic Tool**, avec recommandation produit associée. Voilà de quoi donner envie aux concurrents tous secteurs de mettre les bouchées (digitales) doubles...

(1) Pascale Brousse est cofondatrice du [blog](#). Elle anime le contenu avec **Frank Rosenthal** (expert en [marketing](#) du commerce) et Christophe Protat (architecte d'intérieur et designer).