

Comment Trader Joe's continue-t-il à surpasser les autres chaînes de magasins d'alimentation ?

Texte de Mario Loubier

En 2023, les bananes chez Trader Joe's coûtaient 19 cents chacune, alors qu'il y a environ 25 ans, les bananes chez Trader Joe's coûtaient19 cents. Les ventes brutes moyennes par pied carré de Trader Joe's sont plus de deux fois supérieures à celles des autres grandes chaînes d'épicerie. Cette entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de près de 20 milliards de dollars en 2023. Elle exploite plus de 550 magasins et, alors que d'autres licencieraient, elle a embauché 24 000 personnes. Trader Joe's a été classé comme le magasin d'alimentation le mieux noté pour la satisfaction de ses clients.

Dans les magasins de cette chaîne, il n'y a pas de portes dans la section des congélateurs. Ils veulent que vous entriez dans le magasin, que vous fouilliez, que vous découvriez et que vous exploriez, car le magasin est conçu pour être une expérience physique.

Comment Trader Joe's parvient-il à maintenir des prix bas tout en faisant concurrence aux épicerie traditionnelles en vendant moins de produits ?

Les magasins Trader Joe's sont plus petits et ont tendance à proposer moins d'articles, et la grande majorité des produits qu'ils vendent sont des marques de distributeurs. Lorsque le magasin a ouvert ses portes en 1967, le fondateur de Trader Joe's, Joe Coulombe, a mis l'accent sur le stockage de produits peu conventionnels pour les consommateurs de l'époque, comme la moutarde de Dijon et le granola. En 1979, Trader Joe's a été racheté par la chaîne allemande de magasins d'alimentation à prix réduits ALDI Nord. Aujourd'hui, Trader Joe's a bâti son image sur la vente d'articles à la mode, excentriques et saisonniers.

Cela contribue à enrichir l'expérience des clients. Les gens peuvent s'y rendre et avoir l'impression de découvrir quelque chose de nouveau. Ces produits ont créé une base de clients fidèles et nombreux.

Sa popularité sur les médias sociaux est utile à l'entreprise, car Trader Joe's ne fait pas beaucoup de publicité. En fait, l'épicerie ne fait pas beaucoup de choses que les autres épicerie font. Il n'y a pas de programme de fidélisation, pas de plateforme d'achat en ligne et pas de comptoir d'épicerie fine.

La base de fans de Trader Joe's est solide et dévouée, ce sont des méga fans. Sur des sites comme eBay, des gens vendent des produits Trader Joe's à des prix bien plus

élevés que ceux que l'on trouve dans les magasins. Selon Barry Schwartz, psychologue et professeur, le choix plus restreint de Trader Joe's peut rendre l'expérience d'achat en magasin plus efficace pour les clients. Par exemple, au lieu d'avoir à choisir entre plusieurs marques de sauce tomate dans une épicerie classique, les clients de Trader Joe's peuvent rapidement en sélectionner une parmi ses options plus limitées. En vendant une petite sélection de marques maison, Trader Joe's contrôle sa propre chaîne d'approvisionnement. Trader Joe's peut contrôler sa propre chaîne d'approvisionnement, ce qui, selon lui, fait baisser les prix.

Les articles de Trader Joe's ont tendance à être moins chers, car ils s'approvisionnent directement auprès des producteurs et des fabricants chaque fois qu'ils le peuvent. Cela permet de réduire les coûts qui seraient normalement supportés par les intermédiaires, et l'entreprise affirme être en mesure de répercuter ces coûts sur les consommateurs.

Trader Joe's affirme qu'il achète en gros et paie souvent les articles à l'avance, lorsque c'est possible, auprès des fournisseurs, ce qui contribue à faire baisser les prix. La chaîne de magasins d'alimentation indique également qu'elle paie certains produits, comme la moutarde de Dijon, dans la monnaie locale. Ainsi, si la monnaie fluctue, c'est Trader Joe's qui assume le risque, et non le fournisseur. En assumant le risque, Trader Joe's affirme pouvoir négocier de meilleurs prix avec les fournisseurs. Ce contrôle sur ses produits et sa chaîne d'approvisionnement permet à Trader Joe's d'ajouter ou de retirer facilement des articles de ses rayons.

L'une des particularités de Trader Joe's est qu'il modifie constamment ses rayons. Si des produits ne se vendent pas aussi bien qu'ils le pensaient, ils les retirent de leurs rayons pour faire place à de meilleurs produits.

L'un des aspects les plus remarquables de Trader Joe's est le bonheur de ses employés. Il est facile de voir que les employés de Trader Joe's aiment leur travail, et cela s'explique en grande partie par le fait que l'entreprise investit dans l'expérience de ses employés. Trader Joe's verse à ses employés des salaires concurrentiels et offre des prestations de soins de santé même aux employés à temps partiel. L'entreprise s'est classée au 23^e rang des meilleurs lieux de travail, selon Glassdoor. Les entreprises où il fait bon travailler offrent souvent une expérience client supérieure parce que les employés sont appréciés, engagés et prêts à faire la différence. Chez Trader Joe's, la bonne humeur des employés est contagieuse et la joie qu'ils éprouvent pour leur travail et leurs clients est évidente. Les employés sont encouragés à se surpasser et ont la liberté de trouver des moyens uniques d'aider les

clients. C'est important pour les clients : ils veulent se sentir appréciés plutôt que d'être dérangés. Trader Joe's se démarque de la plupart des chaînes de magasins d'alimentation en ne proposant pas de soldes, de cartes de fidélité ou de coupons. Il simplifie l'expérience d'achat en proposant chaque jour à ses clients des produits de qualité à des prix avantageux. Les clients savent exactement ce qu'ils achètent lorsqu'ils entrent chez Trader Joe's et combien cela leur coûtera. L'entreprise est fière d'offrir de la valeur en vendant presque exclusivement des articles sous la marque Trader Joe's. Elle produit sa propre gamme de produits pour chaque article. Le fait de produire sa propre gamme pour chaque article du magasin permet de réduire les coûts et le nombre de produits dans les rayons.

Au lieu de se sentir submergés par la multiplicité des marques, des tailles et des offres, les clients n'ont que quelques options pour chaque article, ce qui simplifie grandement leur expérience d'achat. La principale frustration des clients est de se sentir trompés par des frais cachés, et Trader Joe's représente tout le contraire. Les clients sont souvent stressés et pressés lorsqu'ils font leurs courses. Au lieu d'en tirer parti, Trader Joe's prend le contre-pied en créant une atmosphère amusante et détendue. De petites choses comme des autocollants amusants pour les enfants, la recherche de l'animal en peluche caché ou des échantillons gratuits font la différence. Chaque magasin Trader Joe's est orné d'une œuvre d'art unique reflétant le quartier, ce qui donne une impression de personnalisation. Il s'agit d'une alternative amusante et détendue qui offre des produits de qualité et une valeur ajoutée sans la lourdeur et le stress.

Dans notre société pressée, Trader Joe's offre à ses clients la possibilité d'entrer et de sortir du magasin le plus rapidement possible. Bien qu'il ne propose pas de caisses automatiques, les files d'attente se déroulent rapidement grâce à la présence de nombreux employés et à des délais limités. Trader Joe's vend également une grande variété d'aliments préemballés qui permettent aux clients de se procurer facilement un repas ou un en-cas rapide et sain sur le pouce. Avec des saveurs uniques et une touche internationale, ces produits sont les préférés des clients qu'ils ne peuvent trouver nulle part ailleurs. Chez Trader Joe's, les clients ont le pouvoir. Les employés sont tout à fait disposés à écouter les clients. Lorsque les clients se sont plaints que le magasin utilisait trop d'emballages en plastique, en particulier pour ses produits, Trader Joe's a annoncé qu'il commencerait à emballer les articles dans des emballages plus écologiques et qu'il ne proposerait plus de sacs en plastique à usage unique. Les magasins ont également modifié leurs horaires et leurs produits en fonction des commentaires des clients, qui peuvent facilement être donnés en ligne ou en magasin. Les clients peuvent également demander à essayer

n'importe quel article du magasin, même s'il ne s'agit pas de l'échantillon du jour. Le fait d'écouter les clients et de tenir compte de leurs commentaires fait une énorme différence dans l'expérience client et aide les clients à se sentir appréciés et compris.

En allant à l'encontre de nombreuses tendances du secteur, Trader Joe's crée une expérience client imbattable dont peuvent s'inspirer les marques de tous les secteurs d'activité. Le magasin se concentre sur la création d'expériences individuelles étonnantes et établit de vraies relations au lieu de se contenter de vendre des produits. Chez Trader Joe's, se détendre, s'amuser et valoriser les clients et les employés sont des pratiques qui portent leurs fruits.