

Lot 12 : Repenser sa Stratégie Boutique : se différencier et être attractif

Objectifs pédagogiques opérationnels					
<ul style="list-style-type: none"> Faire un état des lieux Définir un objectif pour sa boutique Connaître les bonnes pratiques Définir sa gamme de produits Valoriser les savoir-faire locaux à travers la boutique 					
Public					
Responsables Accueil, Dirigeants					
Prérequis	Taille	Durée	Date	Format	Tarif
Aucun	12 max	14 heures, 2 j.	3 et 4 juin 2024	A distance	2 000 € net de taxe pour la session
Programme					
<ul style="list-style-type: none"> - Chaque participant doit envoyer des photos et chiffres clés sur sa boutique avant la formation. - Pendant la formation, un temps est dédié à l'analyse du cas de chacun - Illustration de la théorie par de très nombreuses photos de boutique d'OT, de sites ou de commerces 					
ETAPE 1 : Savoir valoriser sa boutique			ETAPE 2 : Savoir faire vivre sa boutique		
Partie 1 : Définir les objectifs de sa boutique [2h]			Partie 1 : Savoir mettre en valeur les produits [2h]		
<ul style="list-style-type: none"> - Les motivations à créer des boutiques - Rôle et fonctions d'une boutique - Objectifs attendus : économique, image, valorisation du territoire... - Les conséquences de ces objectifs - Les enjeux d'une boutique en OT ou site de visite 			<ul style="list-style-type: none"> - Libre-service et vols/pertes - Placer les produits au bon endroit dans la boutique - Placer les produits au bon endroit sur les meubles - Règles pour bien présenter ses produits : pyramide, masse/volume, mise en scène, couleurs, lumière... 		
Partie 2 : Savoir sélectionner les bons produits [2h]			Etude de Cas [3h]		
<ul style="list-style-type: none"> - Le produit idéal - Les différents types de produits : dérivés, griffés, dépôt vente... - La gamme: ciblage, ampleur, largeur, profondeur, cohérence - Le prix et sa valorisation - Focus sur la boutique durable/locale 			<ul style="list-style-type: none"> - Analyse du cas de chaque stagiaire pour analyser sa boutique et identifier des pistes d'amélioration. 		
Partie 3 : Savoir placer sa boutique [2h]			Partie 2 : Savoir vendre ses produits [1h]		
<ul style="list-style-type: none"> - Flux de clientèles - Zones chaudes, froides, aveugles - L'emplacement "idéal" de la boutique - Donner une identité à son espace boutique - Le choix du mobilier 			<ul style="list-style-type: none"> - Stimuler les ventes de la boutique - Soigner la première impression : extérieurs, vitrine, entrée dans l'espace d'accueil - Faire vivre les produits : renouvellement, rotation... - L'importance de l'humain : rôle des conseillers en séjour dans la stimulation des ventes 		
Partie 3 : Savoir gérer sa boutique [1h]					
<ul style="list-style-type: none"> - Identifier 10 indicateurs clés pour suivre sa boutique et ses performances - Se donner les moyens de gérer et faire vivre sa boutique - La régulation du stock - Identifier ses besoins pour faire vivre sa boutique 					
Méthodes et moyens pédagogiques / Outils et supports pédagogiques				Evaluation	
Méthodes et moyens pédagogiques : 30% apports théoriques PowerPoint 30% apports théoriques issus d'une méthode participative 40% mise en application avec des exemples concrets –validation des acquis Outils et supports pédagogiques : A distance : PowerPoint envoyé en fin de formation				Tour de table introductif Echanges avec la formatrice Exercices d'application Quizz final Satisfaction à chaud	
Indicateurs de réussite					
100% Formations Tourisme / Public : personnel d'OT à plus de 95% Formation du TOP 5 : 319 stagiaires formés depuis 2011					