

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] <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 			Partie 1 : Savoir mettre en valeur les produits [2h] <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] <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 			Etude de Cas [3h] <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] <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 			Partie 2 : Savoir vendre ses produits [1h] <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					