

PROGRAMME DE FORMATION

Développer et booster l'activité de sa boutique

2 jours
14,00 heures

Public visé

Responsables accueil, Responsables ou Référents boutique, Référents qualité ou toute personne en charge de la gestion d'une boutique au sein d'une structure touristique.

Pré-requis

Disposer déjà d'un espace boutique dans son office de tourisme ou sa structure.

Objectifs pédagogiques

- Déterminer sa politique produit adaptée à ses clientèles et au positionnement de sa structure
- Mieux appréhender sa stratégie commerciale et évaluer sa performance
- Développer les savoir-faire du merchandising dans l'aménagement d'un espace boutique et savoir faire vivre sa boutique

Programme de la formation

Préambule sur le positionnement d'une boutique en Office de Tourisme

- Pourquoi une boutique en OT, les « bonnes raisons » qui justifient les objectifs
- Les types de publics - attentes et comportements - motivations d'achat. Les tendances

La politique produit et sa performance

- Gamme des produits partenaires ou gamme spécifique, gamme de produits « libraire », « dérivé », « terroir - 100% local », « souvenir »... et politique de prix : adaptation à la fois aux publics et au positionnement de sa structure (thématique ou valorisation du territoire)
- Les critères de choix de fournisseurs/partenaires et d'un assortiment de produits (types, prix...) ; la négociation tarifaire et approvisionnements
- Les questions relatives à la création d'une gamme de produits, produits accolés à une marque territoriale, les pépites, les produits spécifiques/produits locaux, la prise en compte du développement durable... : exemples et bonnes pratiques
- La rotation de produits, la saisonnalité

La stratégie commerciale

- Les actions de promotion commerciale : présentation en ligne d'une sélection de produits,
- Les actions de communication et place des réseaux sociaux : partis pris
- L'opportunité de canaux de distribution complémentaires (en lien/politique produit de l'OT) :
- Mise en place de vente en ligne
- Vente par des intermédiaires : distributeurs locaux tels les prestataires touristiques



- Boutique éphémère hors murs ?
- La performance économique
- Indicateurs de rentabilité : taux de conversion, panier moyen, gammes rentables et notamment au regard des modes de gestion - taux de marge (achat, commissionnement, négociation prix... etc). Les ratio de modèles de vente : revente/produits OT...
- Les produits qui se vendent bien (top des 10), à quel type de clientèle, pour quelle motivation ? appliqué à chaque BIT

Les principes d'aménagement de l'espace boutique

- La notion de parcours du client, sa perception avec les 5 sens*
- Prise en compte du client et de l'espace boutique / espace accueil- suivant la configuration des lieux, pour optimiser les zones les plus favorables

Les techniques de merchandising

- L'implantation d'un espace boutique et disposition des produits : zones stratégiques, parcours et comportements d'achat, sens de lecture des clients
- L'organisation d'univers, facteurs d'ambiance, mise en scène, décoration et couleurs
- Les mobiliers, la présentation des produits : règles visuelles, combinaison de produits
- Les outils d'animation et promotion des produits pour stimuler la vente sur place
- Cartels, démonstration, aménagements et équipements spécifiques, vidéo, témoignages...
- Apports sur les techniques argumentaires, informations produit

Le + de la formation :

Tout au long de la formation, des exemples de boutiques en office de tourisme et choix de produits vous seront présentés

Vous bénéficierez de *témoignages de 2 OT : positionnement de leur boutique, de leur choix de produits, de la gestion commerciale et parti pris / aménagement, la mise en valeur des produits ; analyse critique et conseils*

Modalités pédagogiques

Alternance d'apports théoriques et d'exemples appliqués réels

Travaux et cas pratiques en groupe et/ou en binôme

Un travail préalable à la formation ainsi que leurs attentes sera demandé aux participants

Moyens et supports pédagogiques

Support de formation remis au format PDF sur l'extranet personnel du stagiaire

Boite à outils :

- exemples de mises en application
- grilles d'expertise
- exemples inspirants
- bibliographie

Modalités d'évaluation et de suivi

La formation fait l'objet d'une évaluation du niveau initial de chaque stagiaire vis à vis des prérequis et objectifs de la formation

La progression en cours de formation fait l'objet d'une évaluation constante de chaque stagiaire sur les objectifs de formation déjà abordés.

L'atteinte des objectifs pédagogiques de formation est évaluée à la fin de chaque formation.

La formation est évaluée à l'issue de la formation : questionnaire à chaud et à froid.
Une certificat de réalisation est remis au stagiaire à l'issue de la formation.