

Votre contact pédagogique

FRIZON Laure
laure.frizon@monatourisme.fr

Votre contact administratif

GARNIER Marie
marie.garnier@monatourisme.fr

Si vous êtes une personne en situation d'handicap, vous pouvez vous adresser par mail à Camille Averty camille.averyt@monatourisme.fr ou par téléphone au 06 17 23 31 44. Nous aménagerons au mieux la formation.

LIEU : LIMOGES (NON PMR)

DATE (S) :

23/11/2022	7:00	9:45	18:00	LE CANTOU - LIMOGES
24/11/2022	7:00	9:45	18:00	LE CANTOU - LIMOGES
25/11/2022	7:00	9:45	18:00	LE CANTOU - LIMOGES

DURÉE : 3,00 jour(s), 21:00 heures

EFFECTIF : De 6 à 12 participants

PUBLIC : Responsable boutique, Salarié.e en charge de la boutique, Directrice.eur

PREREQUIS : Avoir une boutique au sein de sa structure et avoir envie de faire le virage du durable

FORMATEUR(S)/ TRICE(S) :

Françoise SCHMITT



Ressortissants AFDAS : 300 €/jour - Agents de la fonction publique territoriale et directeur d'EPIC : 150€/jour

CONTEXTE

Réussir la création d'une boutique demande de suivre plusieurs étapes préalables indispensables à la pérennisation du projet. L'une de ces étapes est le positionnement que l'on choisit pour notre boutique avec la marque et les produits qui en découlent. Aujourd'hui, de plus en plus d'offices de tourisme souhaitent se tourner vers un positionnement plus vertueux, plus local, plus durable. Comment monter une telle boutique en gardant à l'esprit la notion de rentabilité que demande la collectivité. Tout se jouera sur l'esprit donné au lieu, sur les produits que l'on y vend, sur les partenariats que l'on tisse pour en faire un lieu incontournable, un lieu où il faut passer durant ses vacances !

Taux de satisfaction : 4,9 / 5 (2021)

Taux d'adéquation objectif / problématique : 4,4 / 5 (2021)

OBJECTIFS

Objectif professionnel

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité d'établir une stratégie boutique durable et rentable.

Objectifs pédagogiques

- Définir le positionnement de sa boutique en cohérence avec ses valeurs et l'image que l'on souhaite donner
- Comprendre les différents aspects du durable dans une boutique d'OT
- Agencer l'espace de vente pour le rendre attractif et le gérer de façon performante
- Construire la stratégie du plan d'action pour une boutique plus durable

PROGRAMME

- Les 3 dimensions du durable : environnemental, économique, sociétal
- Les enjeux d'avoir une boutique orientée durable au sein de votre office de tourisme
- Les fondamentaux pour assurer toutes les chances de succès : définir clairement son positionnement (en phase avec ses valeurs) et ses objectifs (économique et image)

- Quelques exemples de boutiques durables et bonnes pratiques
- La thématization de l'espace de vente ; focus sur le marketing sensoriel
- Agencement de la boutique et merchandising ; comment optimiser l'efficacité commerciale de la boutique
- Valoriser les savoir-faire locaux (producteurs, artisans...) en privilégiant le sourcing en circuit court (via partenariats pérennes) ; une sélection parfois délicate.
- Développer des partenariats locaux innovants, valorisants et valorisés ;
- Approvisionnements extérieurs (goodies) : comment choisir des fournisseurs engagés dans une démarche durable ; garanties et labels / cycle de vie du produits
- Jouer collectif en se rapprochant des institutionnels et en intégrant la marque territoriale dans sa stratégie
- Optimiser la gestion de votre boutique : rappel de quelques notions fondamentales (marge, gestion des stocks, trésorerie, contractualisation, tableaux de bord ...)
- Rendre sa boutique visible, accessible (tant dans les prix que physiquement) et attractive grâce à une communication multicanal
- Visite physique ou virtuelle d'une boutique

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques illustrés d'exemples, temps d'échanges et partages d'expériences, ateliers de mise en action : réflexion individuelle ou co-création en petits groupes, jeux de rôle

MODALITES D'ÉVALUATION

Evaluation au fil de l'eau des ateliers, quiz, plan d'action