

## FORMATION – ENJEUX & STRATEGIES

### Quels sont les enjeux liés à la gestion d'une boutique culturelle ou touristique ?

---



Présentiel



20 et 21 octobre 2022



2 jours (14h)



Paris



640 € TTC par stagiaire



Responsables ou gestionnaires de sites culturels et de structures touristiques



Prérequis - aucun



Contact - Sophie LANGUILLAUME – [s.languillaume@popasch.com](mailto:s.languillaume@popasch.com) – 06 83 29 22 94  
Référente pour les publics en situation de handicap.



Accessibilité – Nous contacter.

#### OBJECTIF

Appréhender les enjeux liés à la gestion d'une boutique de site culturel ou touristique et identifier les leviers de développement de la performance.

#### DESCRIPTIF

Cette formation aborde les questions stratégiques liées à la gestion d'un point de vente :

- Les différentes modalités de gestion ;
- La marque ;
- L'attractivité du point de vente : storytelling, aménagement, merchandising, assortiment ;
- Le potentiel de développement hors les murs.

Cette session de formation vise à donner des clés aux gestionnaires de sites culturels ou aux responsables de structures touristiques pour augmenter la rentabilité de leur point de vente et ainsi développer leurs ressources propres.

#### INTERVENANT

Formateur expérimenté en gestion de boutique de site touristique et formé aux techniques du merchandising.

## PROGRAMME

### I. Appréhender les enjeux d'une boutique de site culturel ou touristique

- Évolution du tourisme
- Rôle et défis d'une boutique
- Storytelling
- Cas pratiques

### II. Modalités de gestion

- Modalités d'exploitation
- Délégation
- Principaux opérateurs
- Cas pratiques

### III. Identité de marque

- Fonctions et valeur
- Construction de la marque
- Storytelling
- Cas pratiques

### IV. Déontologie

- Exemple d'une dérive
- Rôle de l'équipe scientifique
- Cas pratiques

### V. Identité visuelle

- Composantes identitaires
- Rôle d'un graphiste, d'un designer
- Objets exclusifs
- Publications
- Rétroplanning
- Cas pratiques

### VI. Ciblage & positionnement

- Analyse
- Segmentation
- Logique de l'univers
- Différenciation
- Cas pratiques

### VII. Assortiment produits

- Typologie & équilibrage
- Produits best-sellers
- Gammes de prix de vente
- Répartition familles, univers, lignes de produits
- Cas pratiques

### VIII. Merchandising

- Les 4 domaines du merchandising
- Cas pratiques

### IX. Aménagement & parcours client

- Emplacement et espace de vente
- Flux d'entrée / de sortie
- Zones chaudes et froides
- Ambiance et signalétique générale
- Mobiliers
- Cas pratiques

### X. Valorisation du territoire

- Acteurs
- Moyens
- Cas pratiques

### XI. Croissance externe

- Boutique en ligne
- Pop-up store
- Réseau de revendeurs
- Licence
- Cas pratiques

#### Moyens pédagogiques

Support de cours – Exercices pratiques (outil MURAL) - Assistance pédagogique assurée par le formateur 1 mois après la formation. Salle de formation équipée d'ordinateurs, vidéoprojecteur, paperboard et connexion Wifi.

#### Moyens permettant d'apprécier les résultats de l'action

Evaluation de l'action de formation par la remise d'un questionnaire de satisfaction à chaud à l'issue de la formation, puis d'un questionnaire à froid quelques semaines après la formation.

#### Moyen permettant de suivre l'exécution de l'action

Tours de table effectués en début et en fin de formation.

Evaluation des connaissances via un questionnaire avant et après la formation.

Feuilles de présence signées par chaque stagiaire et le formateur par demi-journée de formation.

**A l'issue de la formation :** Attestation individuelle de formation.