



Formation Office de tourisme

Développer l'activité commerciale de votre boutique

Avoir une boutique c'est bien, mais comment avoir "de bons produits"? Comment gérer votre espace boutique pour attirer davantage de visiteurs ? Quels arguments commerciaux développer afin de booster vos ventes ? Comme toute activité commerciale, mettre en place une boutique c'est une stratégie qui doit être réfléchie sur plusieurs points : Quels sont vos clients et clients potentiels ? Quelle gamme de produits ? Quel partenariat commercial avec vos fournisseurs ? et comment aménager votre espace de vente ?

Cette formation vous permettra de construire votre stratégie boutique et de BOOSTER VOS VENTES.

Objectifs

- Définir votre stratégie commerciale boutique
- Promouvoir vos produits et faire vivre votre boutique
- Définir des indicateurs d'efficacité et d'efficience

Format

Oriana e
Comme
jeu d'enf

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Contenu et programme

Jour 1 :

Introduction : Pour vous, quels sont les critères d'une boutique qui attire et incite à l'achat ?

Redéfinir et/ou conforter le positionnement commercial de votre boutique

- Définir les critères d'une boutique qui fonctionne
- Auto-diagnostiquer votre boutique par rapport aux critères présentés
- Identifier des marges de développement de votre boutique

Définir votre stratégie boutique

- Focus sur les attentes de Destination d'Excellence (Qualité Tourisme) sur la formalisation d'une stratégie boutique: l'aménagement, la gamme de produits, la politique de choix de produits, la gamme de prix, les outils de gestion et d'analyse

Définir vos segments de clientèle actuels et potentiels

- Identifier vos segments de clientèle cibles
- A chaque cible, des produits qui plaisent, lesquels ?
- Réfléchir à la mise en avant de produits lors d'événements calendaires

Définir votre gamme de produits

- Connaître les différents types de produits
- Quels sont les produits qui fonctionnent ? Et pourquoi ? Tour d'horizon des produits boutique qui fonctionnent
- Mettre en place une politique d'achat (durable, locale, de proximité)
- Définir votre gamme en largeur et en profondeur

Atelier : à partir d'un benchmark, identification des clés d'un produit qui fonctionne

Jour 2 :

Savoir valoriser vos produits

- Quelques clés pour un merchandising efficace
- Créer des
- Les règles
- Les clés

Comment op

- La relation
- Les outils

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

- Comment faire connaître sa boutique ? Site internet, supports, réseaux sociaux, discours
- Valoriser votre boutique grâce à des événements, des animations avec l'équipe de l'OT, avec vos fournisseurs, avec de nouveaux produits

Comment optimiser la gestion de votre boutique ?

- Définition des indicateurs clés de performance
- Identifier les besoins des clients pour développer votre boutique

Finalité, chacun repartira avec les grandes lignes de sa stratégie commerciale boutique.

Public/Prérequis

Cette formation s'adresse aux conseillers en séjours en charge de la boutique, responsables boutique, directeurs.



Prix 0.00 € TTC

Date

13 - 14 Novembre 2025

Duré

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Détail tarif

collectif régional dédié. Pour les adhérents à l'AFDAS, un mail vous sera adressé suite à votre inscription pour la saisie de cette formation sur votre espace sécurisé.

Pour les salariés de droit public, merci de nous contacter si vous êtes intéressés par cette formation.

Contact: sorya.tholon@chooseparisregion.org

Participants

12

Ce cours comprend

- Formation-action
- Apports cognitifs, conceptuels et méthodologiques
- Retour et partages d'expériences
- Veille / Etudes de cas
- Auto-diagnostic

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.