
FORMATION

Aménagement et marketing d'une boutique de musée

En partenariat avec la [Société des musées du Québec \(SMQ\)](#)

Formateur SMQ :



Titulaire d'un diplôme en commerce de détail et distribution de l'École des Hautes Études commerciales (Université de Montréal), **Claude Lalonde** s'est spécialisé dans l'efficacité des organisations et les relations entre les employés et les clients.

Son statut de consultant des 15 dernières années l'a amené à travailler avec des organisations des milieux culturels, gouvernementaux, OBNL et entreprises à but lucratif autant pour le secteur du commerce de détail que des entreprises de services.

Claude Lalonde a écrit plusieurs articles, prononcé de nombreuses conférences et donné des formations ayant comme thématique l'image de l'entreprise, l'efficacité organisationnelle, les stratégies de développement, les ressources humaines ainsi que la fidélité des employés et des clients envers une organisation.

Coût : 60 \$

Date : Le jeudi 13 avril 2017, de 9 h à 17 h

Lieu : La formation est offerte à Magog (Information du lieu à suivre)

Clientèle visée :

Cette formation s'adresse principalement aux gestionnaires et responsables de boutiques de musées et de centres d'interprétation de l'histoire et du patrimoine.

Nombre de participants :

Maximum 15 participants

Description :

Comptoir de vente ou boutique permanente à l'intérieur d'une institution muséale ou patrimoniale, les défis sont énormes : offrir les bons produits tant pour les clientèles locales que touristiques, générer des revenus satisfaisants, accroître la notoriété de l'institution, contribuer à la diversification de ses sources de financement autonomes...

Cette activité vise à former les gestionnaires pour qu'ils puissent améliorer la performance de la boutique sous leur responsabilité. Elle permettra aussi de favoriser le partage de bons coups, de stratégies gagnantes et de conseils pratiques pour mettre en valeur les produits et pour répondre adéquatement aux attentes des visiteurs. Alternant théorie, pratique et discussions, cette formation traitera également de sujets tels que le choix des produits, l'aménagement et le merchandising ainsi que le marketing différenciateur d'une boutique.

Objectifs :

À la fin de l'activité, les participants seront en mesure de :

- Comprendre les comportements des consommateurs et les décisions d'achat;
- Revoir l'emplacement et la disposition des produits;
- Analyser, épurer et bonifier la gamme de produits offerts (portefeuille de produits);
- Calculer la rentabilité d'une gamme de produits en particulier ou d'un espace plancher;
- Développer une matrice de marketing différenciateur pour accroître les revenus et les profits (stratégie de vente de produits selon le type de clientèle).

Inscription:

Le paiement total du coût confirme l'inscription à la formation.

Inscription en ligne : <https://fr.surveymonkey.com/r/HiverPrintemps2017>

Pour tout renseignement : helene.blais@cultureestrie.org ou 819 563-2744 poste 227



Une formation réalisée en
partenariat avec :

