

Formation « Gestion d'une boutique de site culturel et touristique » **Paris, 28 & 29 mars 2017**

Présentation générale de la formation

Créer une boutique dans un site culturel ou touristique conduit tout d'abord à définir un cadre juridique et des modalités de gestion pertinents pour l'activité, puis à construire un modèle économique prenant en compte les recettes escomptées et les charges directes et / ou indirectes.

Les analyses des ventes sont réalisées à partir des états de caisse périodiques, d'où l'importance du choix des matériels et logiciels de caisse ; elles portent à la fois sur l'offre, l'implantation des articles et la rentabilité de l'activité. De multiples critères seront détaillés et commentés afin que chaque stagiaire puisse définir sa propre grille d'analyse.

Enfin gérer une activité commerciale implique une gestion de stock rigoureuse et pertinente ; la formation apportera aux stagiaires les outils nécessaires pour optimiser les stocks.

La formation est encadrée par **Cécile Vignesoult**, Consultante en marketing et gestion culturels et créatrice des boutiques et des lignes de produits de la Comédie-Française, et **Joëlle Marty**, Vice-Présidente de l'Association Museum & Industries.

Cette formation s'adresse à tous les élus, gestionnaires ou responsables de boutique de sites culturels et touristiques ayant un projet de développement de boutique ou souhaitant maîtriser les outils de gestion afin d'optimiser les performances de leur activité commerciale.

Mardi 28 mars 2017

09H30 – 10h00 : Accueil, tour de table des participants et présentation de la journée

10h00 – 11h00 : Modalités de gestion

- Préambule : boutique appartenant à une personne privée
- Volonté des élus
- Gestion publique en interne d'une boutique appartenant à une personne publique
 - régie directe
 - régie autonome
 - régie personnalisée
- Gestion externalisée
 - Avantages / inconvénients
 - délégation de service public & autorisation d'occupation temporaire du domaine public
 - exemple de gestionnaires
 - mise en place du contrat

11h00 – 12h30 : Élaboration de modèles économiques

- Estimation du chiffre d'affaires
 - poids de la boutique
 - estimation du nombre de clients
 - estimation du CA
- Valorisation des achats de produits / du coût matière et des autres charges de matériel
 - marge brute
 - autres charges
- Estimation des charges de personnel
 - planning
 - valorisation
- Calcul du point mort

12h30 – 13h30 : Repas pris en commun

13h30 – 14h30 : Équipement – logiciel et matériel

- Fonctionnalités des Terminaux de Point de Vente
 - ventes en caisse
 - ouverture / clôture de caisse
 - paiement
 - gestion des articles
 - gestion des fournisseurs et des achats
 - gestion des vendeurs
 - états, historiques, statistiques & graphiques
- Deux éléments de communication - ticket et étiquette
 - ticket de caisse
 - étiquette produit
- Logiciel
 - solution intégrée

- solution dédiée
- coût d'investissement
- Matériel
 - coût d'investissement
 - implantation
 - check-list
- Terminologie
 - univers
 - ligne
 - famille
 - arborescence

14h30 – 17h30 : Merchandising de gestion

- Introduction au merchandising
 - présentation du merchandising
 - merchandising de séduction
 - merchandising d'organisation
- Définition du merchandising de gestion et de l'assortiment
 - merchandising de gestion
 - assortiment
- Taille de l'assortiment
 - définitions
 - méthodes de calcul
- Analyse et révision de l'assortiment
 - stock vivant / stock mort
 - palmarès des ventes
 - loi de Pareto
 - méthode ABC
 - cas concret
- Indices de sensibilité
 - différents indices
 - méthode
 - cas concret

09h30 – 10h00 : Achats des visiteurs

- Évolution du CA
 - globale
 - par catégorie
- Panier, ticket moyens
 - fréquentation
 - panier moyen visiteur
 - taux de transformation
 - ticket moyen client
 - prix moyen de l'objet vendu
 - nombre d'achats par client
- PMO, PMD
 - méthodologie
 - exemple

10h00 – 11h30 : Étude de cas

- Analyse de l'assortiment
- Achats des visiteurs
- Indices de sensibilité
- PMO, PMD

À partir d'un cas concret, les stagiaires devront analyser différents états de gestion et apporter leurs préconisations pour améliorer la rentabilité du point de vente étudié

11h30 – 12h00 : Marges et coefficient multiplicateur

- Définitions
- Calculs
- Autres indicateurs

12h00 – 13h00 : Gestion de stock et inventaire

- Définitions
- Outils de gestion des stocks
 - utilité du suivi
 - outils de gestion
 - ruptures
- Modalité de gestion
 - en interne
 - externalisation
- Démarque
 - définition
 - origine et chiffres de la démarque inconnue
 - moyens de lutte
 - calcul

13h00 – 14h00 : Repas pris en commun

14h00 – 15h00 : Gestion de stock & inventaire – suite

- Inventaire
 - définition
 - typologie
 - méthodes de valorisation des stocks
 - procédure d'inventaire

15h00 – 16h00 : Gestion des produits griffés et dérivés

- Typologie et répartition
 - typologie de produits
 - répartition
- Cycle de vie d'un produit
 - développement
 - introduction
 - croissance
 - maturité
 - déclin
- Calcul des prix de revient et de vente
 - prix de revient
 - prix de vente

16h00 – 16h30 : Relation fournisseur

- Fonction achats
 - impact
 - fonctions
- Analyse des besoins et sourcing
 - analyse de l'assortiment
 - analyse du portefeuille fournisseur
- Consultation et contractualisation
 - consultation
 - négociation
 - contractualisation
- Exécution du contrat
 - commande
 - livraison
 - gestion de la trésorerie
- Contrôle des achats et de la performance fournisseur
 - indicateurs
 - bilan de la relation avec un fournisseur

16h30 – 17h30 : Élaboration de tableaux de bord

- Définition et caractéristiques
 - définition
 - rôle
 - limites
- Indicateurs
 - caractéristiques
 - catégories
- Exemples

17h30 : Fin de la formation

Méthodologie de travail

En accompagnement des notions théoriques développées par les intervenants, les stagiaires bénéficieront de :

- documentation à consulter sur place,
- conseils personnalisés,

Un dossier complet de méthodologie sera remis à chaque stagiaire.

Détails pratiques

Lieu : Paris

Mardi 28 mars 2017 : 9h30 - 17h30

Mercredi 29 mars 2017 : 9h30 - 17h30

Prix : 1.250 € HT pour 1 personne – 450 € HT pour la 2^{ème} personne d'une même structure (comprenant les repas de midi).

Chaque structure peut constituer une équipe de 2 personnes.

La formation peut s'inscrire dans le cadre d'une convention de formation professionnelle.

L'association est enregistrée sous le numéro 11753563275 auprès du Préfet de la région Ile-de-France (n° d'organisme de formation).

Annulation

Toute annulation intervenant moins de 20 jours avant la date du stage entraînera la facturation à l'entreprise de 50 % des frais d'inscription. Toute annulation intervenant moins de 72 heures avant la date du stage entraînera la facturation complète des frais d'inscription à l'entreprise.

L'association Museum & Industries se réserve le droit d'annuler ou de reporter les stages dont l'effectif serait insuffisant.