

**« Gestion d'une boutique de site  
culturel et touristique »**  
**Paris, 9 & 10 mars 2021 en  
présentiel – ou, en repli les 8, 9,  
11, 12 mars 2021 par ½ journée  
en distanciel**

### **PUBLIC VISÉ PAR LA FORMATION ET PRÉREQUIS**

Public visé	Tous professionnels du tourisme et tourisme culturel
Formation tous publics	Non, réservée exclusivement au public visé
Métiers et fonctions concernés	Élus, directeur d'équipement, responsable de boutiques, agent d'accueil
Durée d'activité professionnelle requise	néant
Niveau minimum de connaissance requis	aucun
Pré-requis	aucun

### **OBJECTIFS DE LA FORMATION**

Objectif général	Être capable de maximiser la rentabilité d'une boutique de site culturel ou touristique
Compétences à acquérir	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maîtriser les outils de gestion de stock et d'aide à la décision sur la composition de l'assortiment pour optimiser ce dernier, tant sur les références que sur leurs emplacements en linéaire</li> <li>• Être capable d'élaborer son propre tableau de bord</li> </ul>

Thèmes abordés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modalités de gestion</li> <li>• Élaboration de modèles économiques</li> <li>• Équipement – logiciel et matériel</li> <li>• Merchandising de gestion</li> <li>• Marges et coefficients multiplicateurs</li> <li>• Gestion de stock et inventaire</li> <li>• Gestion des produits exclusifs (édités par le site)</li> <li>• Relation fournisseur</li> <li>• Élaboration de tableaux de bord</li> </ul> <p>Cf. programme détaillé ci-dessous en pages 5 à 8</p>
Compétences développées pendant la formation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maîtriser les différentes techniques d'analyse d'un assortiment et décider de son évolution et de sa place en boutique à moyen terme</li> <li>• Être capable de calculer une marge, la rotation d'un stock, d'élaborer un modèle économique, des tableaux de bord</li> </ul>
Apports théoriques, pratiques, méthodologiques	<p>Apports théoriques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• optimisation des modalités de gestion en fonction des choix politiques</li> <li>• techniques d'analyse d'assortiment, des achats des visiteurs</li> <li>• calculs de marges et coefficients multiplicateurs</li> <li>• outils de gestions de stock</li> <li>• outils d'aide à la décision</li> </ul> <p>Apports pratiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• cas pratique d'analyse d'assortiment</li> <li>• remise de documents Excel permettant au stagiaire de monter un modèle économique, une analyse un tableau de bord</li> </ul> <p>Apports méthodologiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• éléments de cahier des charges pour une concession</li> <li>• éléments de cahier des charges pour l'acquisition d'une solution logicielle</li> <li>• analyse de l'assortiment par séquences successives et synthèse avec plan d'action par famille de produits</li> <li>• process de conduite d'inventaire</li> <li>• remise de la copie du diaporama commenté lors de la formation en présentiel</li> </ul>

## MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Moyens mis en œuvre	Salle de formation équipée d'ordinateurs, vidéoprojecteur, paperboard et connexion Wifi pour une formation en présentiel
Méthodes et techniques d'animation	<ul style="list-style-type: none"> <li>commentaire d'un diaporama de 300 diapos avec parties théoriques et illustration par de nombreux exemples de boutique similaires</li> <li>échanges avec les participants sur leurs problématiques spécifiques</li> <li>travail en groupe et sous-groupes : analyse d'un cas pratique sur l'assortiment d'une boutique. <b><u>Les stagiaires sont invités à venir avec un ordinateur portable pour les cas pratiques</u></b></li> </ul>
Suivi pédagogique	Les formateurs remettent leurs adresses email et leur n° de téléphone aux stagiaires afin que ceux-ci puissent les contacter après la formation en cas de besoin

## ÉVALUATION ET SANCTION DE LA FORMATION

Appréciation de l'acquisition ou l'amélioration des compétences	<ul style="list-style-type: none"> <li>pas d'évaluation en amont</li> <li>l'évaluation des acquis de formation porte sur les connaissances de fond, les descriptions de process et se matérialise par un questionnaire à réponses ouvertes / fermées sur l'ensemble des sujets du présentiel</li> </ul>
Champs de l'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> <li>à chaud : déroulement de l'action (mesure de la satisfaction globale des stagiaires sur l'organisation, les qualités pédagogiques du formateur, les méthodes et supports utilisés...)</li> <li>à froid : acquis de la formation via un questionnaire à réponses ouvertes / fermées envoyé par e-mail à l'issue de la formation</li> </ul>
Sanction	Remise d'une attestation individuelle de formation

## QUALITÉ DES FORMATEURS

Noms, titres et professions des formateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Joëlle Marty, consultante et formatrice auprès de l'Association Museum &amp; Industries</li> <li>Cécile Vignesoult, consultante et formatrice auprès de l'Association Museum &amp; Industries</li> </ul>
--	---

Expérience / compétences en lien avec les contenus de formation	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'Association Museum &amp; Industries (www.museumindustries.com), créée en 1996, a pour objet l'étude, la réflexion, la promotion et le développement des activités liées aux produits dérivés du patrimoine artistique, culturel et éducatif, et, plus généralement, celles liées à l'accueil des publics.</li> <li>Pluridisciplinaire, opérationnelle et spécialisée dans le secteur des musées, du patrimoine et du tourisme culturel, l'équipe de consultants et formateurs dispose d'une solide expérience du terrain, maîtrise les processus de fabrication, possède les techniques du marketing, du merchandising et de la gestion et a acquis une vision claire de l'évolution du marché.</li> <li>Les formateurs de l'Association Museum &amp; Industries ont, préalablement à leurs activités actuelles, géré une ou plusieurs boutiques de sites culturel ou touristique.</li> <li>L'Association Museum &amp; Industries a formé plus de 1.000 gestionnaires de sites culturels et responsables de boutiques, et assisté plus de 60 sites patrimoniaux et culturels dans le développement de leur activité éditoriale et commerciale.</li> </ul>
Organisme de formation	<p>L'Association Museum &amp; Industries est enregistrée en tant qu'organisme de formation sous le numéro 11753563275 auprès du Préfet de la région Ile-de-France.</p> <p>L'OF est inscrit au DataDock, ce qui rend ses formations référençables par tous les fonds de formation.</p> <p>L'OF est assujetti à la TVA sous le n° : 74 428 656</p> <p>L'OF a souscrit un contrat d'assurance en responsabilité civile auprès de la MATMUT n° 971000032403L30</p>

## DURÉE ET MODALITÉ D'ORGANISATION

Durée	Nombre de jours : 2                      Nombre d'heures total : 14
Dates, horaires & lieu	9 & 10 mars 2021 de 9h30 à 17h30 en présentiel à Paris
Repli en distanciel	8, 9, 11, 12 mars 2021 de 9h à 12h30
Organisation	En continu
Taille du groupe	4 personnes minimum, 14 au maximum
Prix	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.250 € HT pour 1 personne – 450 € HT pour la 2<sup>ème</sup> personne d'une même structure (avec les repas de midi)</li> <li>La formation peut s'inscrire dans le cadre d'une convention de formation professionnelle</li> </ul>
Annulation	<ul style="list-style-type: none"> <li>Toute annulation intervenant moins de 20 jours avant la date de la formation entraînera la facturation à l'entreprise de 50 % des frais d'inscription. Toute annulation intervenant moins de 72 heures avant la date de la formation entraînera la facturation complète des frais d'inscription à l'entreprise.</li> <li>L'association Museum &amp; Industries se réserve le droit d'annuler ou de reporter les stages dont l'effectif serait insuffisant</li> </ul>

### Jour 1

#### ***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
- **Cas pratique en plénière : analyse SWOT régie / concession**

#### ***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
  - marges et coefficient multiplicateur
  - taux de TVA
  - marge brute
  - autres charges
- Estimation des charges de personnel
  - planning
  - valorisation
- Calcul du point mort

#### ***12h30 – 13h00 : Achats des visiteurs***

- Indices
- **Cas pratique en sous-groupe puis en plénière : analyse de cas concrets sur l'évolution sur 3 exercices des achats des visiteurs**

#### ***13h00 – 14h00 : Repas pris en commun***

### **13h30 – 14h00 : 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
- Logiciel
  - solution intégrée
  - solution dédiée
  - coût d'investissement
- Matériel
  - coût d'investissement
  - implantation
  - check-list
- Terminologie
  - univers
  - ligne
  - famille
  - arborescence

### **14h00 – 14h30 : Réglementation**

- Prix
  - information
  - affichage particulier des prix
- Ticket de caisse
  - émission
  - mentions obligatoires
  - format
  - nouvelle réglementation
- Solde, promotion
  - soldes
  - promotions
  - soldes et promotions : règles différentes et similaires
  - cas des livres : dépréciation et rabais
  - liquidation

### **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
  - méthode ABC / FMR
- Indices de sensibilité
  - différents indices
  - méthode
- Prix Moyen de l'Offre / Prix Moyen de la Demande
  - différents indices
  - méthode
- Cas pratique en sous-groupe puis en plénière : analyse de cas concrets sur l'évolution sur 2 exercices des familles de produits et des tableaux ABC / FMR

## Jour 2

### *09h30 – 11h30 : Gestion de stock et inventaire*

- Définitions
- Outils de gestion des stocks
  - utilité du suivi
  - outils de gestion
  - ruptures
- Cas pratique en plénière : écueils et causes des sur-stockages et sous-stockages
- Modalité de gestion
  - en interne
  - externalisation
- Démarque
  - définition
  - origine et chiffres de la démarque inconnue
  - moyens de lutte
  - calcul
- Inventaire
  - définition
  - typologie
  - méthodes de valorisation des stocks
  - procédure d'inventaire

### *11h30 – 13h00 : Gestion des produits exclusifs (édités par le site)*

- Typologie et répartition
  - typologie de produits
  - répartition
  - Cas pratique en plénière : analyse SWOT produits de négoce / produits exclusifs

- 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

***13h00 – 14h00 : Repas pris en commun***

***14h00 – 15h00 : 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

***15h00 – 17h30 : Reporting***

- Définition et rôle d'un tableau de bord
  - définition et caractéristiques
  - indicateurs
  - exemple
- Compte de résultat
- Achats des visiteurs
- Ventes
- Marges et rotation de stock
- Palmarès
- Fournisseurs
- SWOT et plan d'actions

***17h30 : Fin de la formation***