

Association Museum Industries - programme détaillé  
*Assortiment, aménagement d'une boutique de site culturel et touristique*

Séquence & Objectif	Durée de la séquence	Contenu de la séquence	Intitulé du cas pratique	Méthode pédagogique	Moyen pédagogique
Introduction de la formation : rappeler les objectifs de formation et les modalités	0h30	. Présentation individuelle . Présentation des objectifs de la formation		. Tour de table . Présentation par le formateur	Néant
Cadre : appréhender les enjeux d'une boutique de site culturel ou touristique	1h00	. Évolution du tourisme . Rôle et défis d'une boutique		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
		Cas pratique	Évolution de l'offre	en plénière	Outil interactif Mural
		Cas pratique	Types d'espaces commerciaux	en plénière	Outil interactif Mural
		. Déontologie o reproduction d'œuvres o lieux de mémoire et boutique o créations « décalées »		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
		Cas pratique	Partage des responsabilités et tâches	en plénière	Outil interactif Mural
		. Storytelling o structure o éléments		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
		Cas pratique	Storytelling et éléments constitutifs d'une boutique	en plénière	Outil interactif Mural
		Cas pratique	Storytelling dans une boutique	en plénière	Outil interactif Mural
Identité visuelle - boutique, produits : prioriser les composantes identitaires et ouvrir le champ des possibles en termes de création tout en respectant l'identité de marque du site	1h00	. Identité visuelle de la boutique o équipement / en propre ? o chaîne signalétique		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
		Cas pratique	Classification de logos institutionnels en fonction de leur pertinence sur des produits de la boutique	en plénière	Outil interactif Mural
		. Choix des principes créatifs, charte graphique et applicative o méthodologie o composantes identitaires		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
		Cas pratique	Thématiques par composante identitaire	en plénière	Outil interactif Mural
		Cas pratique	Lignes de produits par composante identitaire	en plénière	Outil interactif Mural
		. Rétroplanning			

Association Museum Industries - programme détaillé  
*Assortiment, aménagement d'une boutique de site culturel et touristique*

Séquence & Objectif	Durée de la séquence	Contenu de la séquence	Intitulé du cas pratique	Méthode pédagogique	Moyen pédagogique
Ciblage, positionnement : comprendre les fondamentaux du marketing et savoir différencier son offre	1h30	Cas pratique	Méthodologie générale	en plénière	Outil interactif Mural
		. Analyse <ul style="list-style-type: none"> <li>o site</li> <li>o concurrence</li> </ul>		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
		. Segmentation, ciblage <ul style="list-style-type: none"> <li>o méthodologie</li> <li>o critères de segmentation</li> <li>o profils de clientèles</li> <li>o cibles de visiteurs</li> </ul>			
		Cas pratique	Carte d'empathie des grandes cibles de visiteurs	en sous-groupe puis plénière	Outil interactif Mural
		. Positionnement, différenciation <ul style="list-style-type: none"> <li>o méthodologie</li> <li>o avantages concurrentiel</li> </ul>		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
		Cas pratique	Positionnement & différenciation par type de site	en plénière	Outil interactif Mural

Association Museum Industries - programme détaillé  
*Assortiment, aménagement d'une boutique de site culturel et touristique*

Séquence & Objectif	Durée de la séquence	Contenu de la séquence	Intitulé du cas pratique	Méthode pédagogique	Moyen pédagogique
Assortiment : savoir constituer un assortiment pour sa boutique	3h00	. Assortiment o définition o dimension o taille o référence . Typologie des produits & équilibrages o négoce / exclusifs		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
		Cas pratique o genre : logoté / iconique / thématique / territoire	Analyse SWOT produits de négoce / exclusifs	en plénière	Outil interactif Mural
		Cas pratique o périmètre : souvenir / bel objet / connaissance	Motivations d'achat, types d'objets, , ...	en plénière	Outil interactif Mural
		. Focus sur le livre o typologie des ouvrages		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
		Cas pratique	Circuit du livre pour le libraire	en plénière	Outil interactif Mural
		. Modalités d'édition des produits . Produits best sellers		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
		Cas pratique	Produits prioritaires classés par top 12, incontournables, tendance, durable	en plénière	Outil interactif Mural
		Cas pratique	Produits prioritaires classés par produit de négoce industriel, négoce artisanal, exclusif industriel logoté, exclusif industriel identitaire	en sous-groupes puis plénière	Outil interactif Mural
		. Univers, lignes, familles, produits o logique de l'univers		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
		Cas pratique	Prise en main de la notion d'univers	en plénière	Outil interactif Mural
		Cas pratique o axes de répartition entre univers, thématiques et familles	Définition d'univers par type de sites	en sous-groupes puis plénière	Outil interactif Mural
		. Gammes de prix de vente o hiérarchie des prix o coefficient multiplicateur par famille de produits . Synthèse		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
		Cas pratique	Construction de la partition par le mix marketing	en plénière	Outil interactif Mural
		Cas pratique	Constitution de l'assortiment par cible de clientèle	en sous-groupe puis en plénière	Outil interactif Mural

Association Museum Industries - programme détaillé  
*Assortiment, aménagement d'une boutique de site culturel et touristique*

Séquence & Objectif	Durée de la séquence	Contenu de la séquence	Intitulé du cas pratique	Méthode pédagogique	Moyen pédagogique
Merchandising – définitions et méthodologie : comprendre les fondamentaux du merchandising d'organisation	0h30	. Domaines du merchandising o organisation o visuel o relationnel o gestion		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
		Cas pratique Cas pratique	Objectifs, contraintes et leviers Méthodologie d'aménagement d'une boutique	en plénière en plénière	Outil interactif Mural Outil interactif Mural
Aménagement – parcours client : faire en sorte que le visiteur parcourt l'ensemble de la boutique	2h00	. Emplacement de la boutique . Taille de la boutique . Flux d'entrée /sortie . Circulation PMR . Positionnement de la caisse . Délimitation des zones chaudes & froides . Flux à l'intérieur de la boutique		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
		Cas pratique	Comportements d'achat	en plénière	Outil interactif Mural
		Cas pratique	Placement des produits dans le parcours d'achat	en plénière	Outil interactif Mural
		. Ambiance et signalétique générale Cas pratique Cas pratique	Storytelling et ambiance Éléments et placement de la signalétique générale	en sous-groupe puis en plénière en plénière	Outil interactif Mural Outil interactif Mural
Aménagement – mobilier : utiliser un mobilier qui valorise les produits et soit d'un usage aisé pour le vendeur-conseil	2h00	. Calcul de l'emprise des mobiliers au sol en fonction du COS . Mobiliers multi produits . Mobiliers spécifiques		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
		Cas pratique	Produits nécessitant un mobilier spécifique	en plénière	Outil interactif Mural
		Cas pratique	Matériel pour le comptoir se les fonctions	en sous-groupe puis en plénière	Outil interactif Mural
		. Rétroplanning . Placement des produits Cas pratique		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants en plénière	Diaporama Outil interactif Mural

Association Museum Industries - programme détaillé  
*Assortiment, aménagement d'une boutique de site culturel et touristique*

Séquence & Objectif	Durée de la séquence	Contenu de la séquence	Intitulé du cas pratique	Méthode pédagogique	Moyen pédagogique
Principales règles de la mise en situation des produits : générer des ventes supplémentaires par différentes méthodes de présentation et actions envers le client	1h30	. Objectifs o achat plaisir o moyens		Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
		Cas pratique . Règles visuelles o règle de 3 o rupture o éclairage o impact visuel des mobiliers . Combinaisons de produits o mise en avant o cross-selling o cross-merchandising o up-selling	Méthodologie de mise en place des produits	en plénière	Outil interactif Mural
Synthèse = cas de la boutique « souvenir » du musée du Louvre	0h30	. Localisation des boutiques . Univers de la boutique principale . Assortiment de l'univers souvenir . Zoning et flux . Mobiliers . Modes de présentation	Produits nécessitant un mobilier spécifique Matériel pour le comptoir se les fonctions Calcul de la taille de l'assortiment	Commentaires d'un diaporama et échanges avec les participants	Diaporama
Bilan et conclusion de la formation	0h30	Présentation individuelle + évaluation		Tour de table	Sondage Experquiz