



## **Booster les ventes boutique et animer la vitrine de votre Office de Tourisme**

Dynamisez vos ventes et donnez vie à la vitrine de votre espace boutique

*En créant une boutique, les offices de tourisme entendent générer des ressources supplémentaires et promouvoir l'image de leur territoire. Or, l'acte commercial n'est pas inné pour les institutionnels du tourisme qui se heurtent parfois à des problèmes de rentabilité. Le choix d'un positionnement et la définition d'une stratégie commerciale sont des facteurs clés de réussite. Il s'agit bien sûr de rendre l'espace de vente plus attractif et efficace commercialement. Mais une gestion rigoureuse est essentielle pour optimiser la performance commerciale de la boutique. Développer des partenariats avec les acteurs locaux est également une belle opportunité de valoriser les savoir-faire de son territoire en dynamisant son tissu économique.*

*Pour les offices de tourisme engagés dans la démarche Qualité Tourisme, le critère n°89 précise que : le personnel (au moins 1 permanent) est formé à l'aménagement de ses vitrines ainsi qu'à l'approvisionnement et aux relations avec les fournisseurs.*

**Durée:** 14.00 heures (2.00 jours)

### **Profils des stagiaires**

- Personnels en charge de la boutique

### **Prérequis**

- Aucun
- Matériel à prévoir par les stagiaires : PC ou tablette

### **Objectifs pédagogiques**

- Préciser le positionnement de la boutique de l'OT et définir une stratégie commerciale
- Optimiser l'espace boutique (merchandising, thématisation, animation)
- Gérer efficacement la boutique (approvisionnement, stocks, marge ...)
- Développer des partenariats avec les acteurs locaux et orientés « durables »
- Aménager ses vitrines et les rendre attractives
- Gestion de l'approvisionnement et les relations fournisseurs

### **Contenu de la formation**

- Définir la stratégie commerciale de la boutique de l'OT
  - Effectuer un diagnostic pour préciser son positionnement et les objectifs visés (économique et image) ; Quelle visibilité donner à sa boutique : in situ seulement, sur les réseaux sociaux, avec une boutique en ligne
- Optimiser la rentabilité commerciale de la boutique

# Institut du Tourisme - Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

1C - 1D avenue de Bellefontaine CS 71777  
35517 CESSON-SEVIGNE Cedex  
Email: [contact@institut-tourisme.bzh](mailto:contact@institut-tourisme.bzh)  
Tel: 02 20 06 01 02



**Institut du Tourisme**

Fédération des offices de tourisme de Bretagne

- L'espace de vente : quelques clés pour améliorer l'agencement et le merchandising ; favoriser l'immersion des visiteurs grâce à la thématisation ; focus sur le marketing sensoriel.
- La gestion : rappel de quelques notions fondamentales (marge, gestion des stocks, contractualisation, tableaux de bord); sélectionner des articles et fournisseurs en phase avec son positionnement (critère durable ?)
- Développer des partenariats avec les acteurs locaux
  - Identifier des partenaires locaux valorisants et à valoriser (producteurs, artisans); créer des partenariats pour animer la boutique : ateliers et opérations de cross marketing.

## Organisation de la formation

### Equipe pédagogique

Françoise .S

Consultante et formatrice, j'accompagne les professionnels dans leur stratégie marketing et leur développement touristique. Passionnée par la valorisation du terroir et du territoire, je m'intéresse particulièrement aux nouvelles tendances en lien avec le slow tourisme et le tourisme de proximité.

### Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

### Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questionnaire de positionnement/évaluation diagnostic en amont de la validation de l'inscription. Formulaire d'évaluation de la formation : questionnaire de satisfaction à chaud (J+ 2) puis évaluation de type sommative afin de suivre la progression des transferts de compétences in situ (J+30 à J+60)
- Mises en situation.
- Certificat de réalisation de l'action de formation.