

La formation en détail

Bulletin mensuel à l'intention des détaillants du Québec
Janvier 2001 - Volume 2, numéro 1

Détail Formation a pour objectif de promouvoir la formation de la main-d'œuvre dans le secteur du commerce de détail.

Pour mieux répondre aux exigences du commerce de détail

À votre service

De nombreuses ressources sont mises à la disposition des détaillants qui souhaitent mieux se renseigner sur leur secteur d'activité, acquérir de nouvelles compétences ou encore mieux former leurs employés. Nous vous présenterons régulièrement dans cette rubrique un aperçu de ces services.

Info entrepreneurs

Le réseau d'information au service des gens d'affaires

Info entrepreneurs a été créé grâce à plusieurs ententes entre la Chambre de commerce du Montréal métropolitain et Développement économique Canada ainsi que le ministère Industrie et Commerce.

Mission

Contribuer à la croissance économique des gens d'affaires en les renseignant sur l'ensemble des **services, des programmes et des règlements gouvernementaux.**

Vous cherchez un renseignement ?

Info entrepreneurs vous guide dans la masse d'informations concernant les ressources **gouvernementales** (fédérales, provinciales et municipales) et **privées**. Il vous offre gratuitement ces renseignements, **sans frais d'interurbain à partir de toutes les régions du Québec***. Voici les services offerts :



1 Télécentre

Des agents répondent par téléphone à **toutes vos questions** concernant ces programmes d'aide, services et règlements, du lundi au vendredi, de 9 h à 17 h. Il suffit de composer le (514) 496-4636 ou le 1 800 322-4636. Un service de capsules d'information vous est aussi offert 24 heures sur 24, 7 jours par semaine, aux mêmes numéros.

2 Centre de consultation

Vous pouvez prendre rendez-vous avec un conseiller afin d'obtenir une explication plus personnalisée.

3 Centre de documentation

Ce Centre contient une foule de documents gouvernementaux et du secteur privé destinés aux gens d'affaires. Vous pouvez faire appel à des agents de recherche qui vous mettront sur la bonne piste... Des terminaux sont à votre disposition pour trouver des renseignements dans Internet et consulter des banques de données ou des CD-ROM. Exemples de documents offerts :

Aides et subventions - Plans d'affaires - Études de marché - Soutien au commerce électronique - Soutien à la formation et à l'embauche - Réglementation relative aux permis et aux licences pour certains commerces - Répertoires de compagnies (fabricants, distributeurs, importateurs, exportateurs) - Répertoire de foires commerciales - etc.

4 Info-Fax

Vous pouvez obtenir rapidement la plupart des renseignements sur ces programmes et services, en composant le (514) 496-4010 ou le 1 800 322-4010.

5 www.infoentrepreneurs.org

Ce site bilingue très complet vous présente des guides et des documents pratiques sur l'entrepreneurship, en plus de vous donner accès à une base de données sur les programmes et les services gouvernementaux. Il vous offre un outil de recherche pour la collection du Centre de documentation et vous propose une liste de signets liés au monde des affaires. **Une mine d'or !**

* Les détaillants de la grande région de Québec sont invités à utiliser Ressources Entreprises, le partenaire régional d'Info entrepreneurs pour les entreprises de la région desservie par le code (418). Renseignements : (418) 649-4636

Info entrepreneurs : (514) 496-4636 ou 1 800 322-4636 - 5, Place Ville-Marie, bureau 12500, Niveau Plaza, Montréal (Québec), H3B 4Y2

Détail Formation est une initiative de la Société de développement de l'avenue du Mont-Royal et d'Emploi-Québec, en partenariat avec le Regroupement des centres-villes et des artères commerciales et de la Chambre de commerce du Québec.

Rappelez à vos clients que vous les attendez, peu importe la saison !

*Cette chronique vous est proposée par les conseillers aux entreprises
Éric Lapointe, Détail Formation Québec, et
Louise Bédard, SDC Promenade Fleury.*

Le début de l'année est généralement plus tranquille pour la plupart des détaillants. Après le brouhaha des Fêtes, certains commerçants trouvent ennuyant ce temps d'arrêt où les clients se font plus rares. Pourquoi ne pas rentabiliser cette période en rejoignant vos clients là où ils se trouvent : **À LA MAISON** ! Pour faciliter cette démarche, il vaut mieux vous assurer dès le départ que vos «fiches-clients» sont à jour et qu'elles contiennent toute l'information nécessaire afin de personnaliser vos envois.

Suggestions

Pour les clients ayant effectué des achats durant les Fêtes, pourquoi ne pas vérifier s'ils sont satisfaits. Formulez des questions qui les encouragent à en écrire le plus possible (suggestions, commentaires, plaintes).

Que votre publipostage prenne la forme d'une lettre, d'un questionnaire ou d'une offre promotionnelle, il vous faut inclure une **enveloppe réponse pré-affranchie**. On suggère même de faire tirer un prix pour s'assurer d'un meilleur taux de réponses. Vous pouvez également écrire à vos clients afin de leur faire connaître vos soldes de fin de saison ou encore les inviter à venir voir vos nouveautés en magasin, leur offrir des coupons-rabais ou des coupons leur donnant droit à un cadeau. Toutes les raisons sont bonnes pour écrire à vos clients, ne serait-ce que pour garder un contact avec eux. Le publipostage peut aussi vous aider à augmenter l'achalandage de votre commerce et vous procurer de précieuses informations sur vos clients. Voilà une bonne façon de profiter de cette pause hivernale.

Le mailing (ou publipostage) un outil très efficace

Le *mailing* est un des outils de marketing les plus utilisés à cause de sa flexibilité. Son plus grand avantage est de permettre au client d'en prendre connaissance au moment qui lui convient le mieux. Il n'existe aucune obligation de sa part, sinon de jeter cet envoi aux ordures ! Son désavantage réside dans son coût plus élevé si on le compare à d'autres outils promotionnels.

Visez juste

Pour qu'il soit le plus efficace possible, votre envoi doit être **adressé à une personne en particulier** (il est reconnu que plus de 80% des gens ouvrent le courrier qui leur est adressé personnellement, même s'il s'agit d'une publicité évidente).

La règle du **AIDA** pour préparer votre envoi

- A : **Attention** - Attirez l'attention de vos clients
- I : **Intérêt** - Incitez vos clients à lire le document
- D : **Désir** - Provoquez l'envie chez vos clients
- A : **Action** - Déclenchez l'action (visite, achat)

La présentation doit être **impeccable**.

Utilisez l'enveloppe comme un panneau publicitaire : faites en sorte qu'elle se distingue !

Utilisez un style de rédaction personnalisé, dynamique et de qualité. Un élément clé du succès de votre envoi.

Rendez **la lecture agréable** : Joignez un visuel (si pertinent). Soyez clairs : utilisez des lettres majuscules, des caractères gras ou autre pour attirer l'attention. Mettez sur des titres accrocheurs (sans tomber dans les clichés). Soyez bref.

Piquez la curiosité de vos clients ! Distinguez-vous de vos concurrents.

Mettez en valeur les caractéristiques de vos produits et services (pour une promotion).

Provoquez une action : Faites un suivi téléphonique - Joignez à votre envoi un coupon-rabais, un coupon de participation à un tirage.

