

# le Bulletin électronique

Détail Formation – juin 2004

[www.detailformation.com](http://www.detailformation.com)

Détail Formation offre à l'entreprise de détail et de services une alternative pratique, variée et agréable pour développer les compétences de ses gestionnaires et de ses employés.



## Bonjour !

Dans ce bulletin, Détail Formation vous présente :

- Des nouvelles de différents projets
- Des conseils utiles en vue de la saison touristique estivale
- Le guide 13 sur la communication avec son personnel
- La conférence sur la formation : pourquoi, comment, combien?
- Le manuel : *Commerce et design : les clés du succès*

Saint-Laurent - Le 6 avril dernier, les participants aux activités de formation organisées par la Chambre de commerce de Saint-Laurent, grâce au soutien financier du centre local d'emploi de Saint-Laurent, ont reçu leur attestation de formation. Lors de ce 5 à 7 convivial, chacun a échangé sur les changements que les uns et les autres ont apportés dans leur entreprise. Merci aux partenaires de Saint-Laurent pour cette sympathique initiative.



Shawinigan - La Table commerce du Centre-de-la-Mauricie a présenté, le 20 janvier dernier, les résultats du diagnostic pour le secteur du commerce de détail réalisé par Géocom. La Table réunit la Ville de Shawinigan, le centre local d'emploi, la Chambre de commerce Centre-de-la-Mauricie, le centre local de développement ainsi que la caisse populaire Desjardins. La présentation du diagnostic

était appuyée par la proposition d'un plan d'action visant à contrer les carences ou faiblesses identifiées. Dans le cadre du plan d'action retenu, Détail Formation a animé, en mai, un atelier *Le Diagnostic d'une entreprise de détail, une démarche pour mieux se positionner* afin d'aider les commerçants à réagir face au développement des grandes surfaces et des fuites commerciales.

Accueil des touristes: quelques conseils utiles<sup>1</sup>

A l'approche de la période estivale, principale saison touristique pour beaucoup de régions, Détail Formation vous partage quelques conseils utiles pour améliorer la qualité du service à la clientèle. Vous pouvez les transmettre aux commerçants de votre région ou de votre regroupement.

- Au Québec, le tourisme se développe au long de toutes les saisons. Le tourisme d'affaires est printanier et automnal. Les festivals ne se déroulent pas que l'été. La nordicité du Québec attire des visiteurs l'hiver. Soyez donc accueillants toute l'année !
- N'oubliez pas qu'au Québec, la majeure partie de votre clientèle touristique est québécoise.
- Le bouche-à-oreille reste la principale source d'information d'un touriste. Lorsque l'on revient de voyage ou d'un déplacement, on parle à son entourage : parents, amis, collègues. La qualité de l'accueil et du service à la clientèle est donc primordiale!
- Une clientèle touristique ça se fidélise :
  - les touristes ne proviennent pas tous d'aussi loin que l'on pense
  - le touriste d'affaires revient plus souvent qu'un autre type de touriste à l'endroit de son congrès ou de sa réunion d'affaires, soit pour raison d'affaires, soit pour un séjour d'agrément avec sa famille.
  - Une proportion importante de visiteurs reviennent effectuer un nouveau séjour dans un endroit qui leur a plu.
- Ne négligez pas la clientèle d'affaires. C'est une clientèle qui revient, comme dit plus haut, et c'est une clientèle qui dépense plus qu'un touriste d'agrément. Vous aurez l'occasion d'accueillir cette clientèle surtout au printemps et à l'automne.

<sup>1</sup> Source : Atelier : *Comment mieux servir sa clientèle touristique* – Détail Formation

- Soyez fier de votre identité locale et régionale. C'est ce qui vous permet de vous différencier de vos concurrents. Le touriste recherche les spécialités régionales, les produits du terroir.
- Soyez de véritables ambassadeurs de votre région. Lorsque le bureau d'information touristique est fermé, vous pouvez être amené à jouer ce rôle. Ayez une carte et un guide touristique avec les adresses utiles pour renseigner un visiteur.
- Ne vous contentez pas de l'informer : suggérez lui des visites, des activités, des lieux d'hébergement ou de restauration.
- Pour cela, faites le touriste dans votre propre région afin de bien connaître les différents attraits et le potentiel touristique de votre secteur.
- Profitez des événements culturels, sportifs, etc. qui attirent des visiteurs dans votre région, pour vous aussi créer l'événement dans votre commerce. Utilisez le thème de l'événement pour aménager votre vitrine, l'intérieur de votre commerce et organisez des animations complémentaires à celles de l'événement.

Pour conclure, un touriste ça magasine. 18 à 20% de son budget est consacré au magasinage : sachez en profiter!



Guide pratique no 13 :  
Communiquer avec son  
personnel

La communication est un mode d'expression que nous utilisons depuis notre premier souffle de vie. Mais sait-on comment l'utiliser adéquatement? Dans le contexte de l'entreprise, quelles sont les façons d'encourager les gens à communiquer et à échanger des idées. Ainsi, rejoindre notre interlocuteur dans ses intérêts particuliers, lui faire comprendre notre vision, s'attarder à comprendre la sienne, etc., sont tous des points sur lesquels nous nous attardons tout au long de ce guide. Tout d'abord, pour encourager les individus à se parler et à se comprendre, la communication doit prendre place dans un contexte précis. Ensuite, les individus doivent être préparés à communiquer. Nous devons savoir quelles sont les barrières à la communication, telles que les mauvaises perceptions qui conduisent les individus à fausser leur interprétation d'une personne ou d'un discours. Enfin, ce guide vise à faire comprendre l'importance d'établir des activités de communication précises au sein de votre entreprise afin d'encourager les échanges entre les individus. Ainsi, nous explorons les moyens ainsi que les activités visant à encourager la communication dans votre commerce. Beau voyage au cœur des communications !

#### Les autres guides disponibles :

- 1 à 5 - Le recrutement du personnel
- 6 - Le positionnement de l'entreprise
- 7 - La motivation des employés
- 8 - La planification d'un site Web
- 9 - Vendre plus grâce au design
- 10 - L'intégration des employés
- 11 - L'évaluation du rendement
- 12 - La gestion des plaintes
- 14 - Communiquer avec ses clients
- 15 - La formation du personnel : un coup d'œil rapide

La formation : pourquoi, comment, combien?

Lors du Congrès des centres-villes et des artères commerciales, le 22 avril dernier, à Gatineau, Détail Formation a animé une conférence sur les raisons, les coûts et les modalités d'une activité ou d'un programme de formation. Les 56 raisons de faire de la formation, qu'il faille avant, pendant et après une activité de formation, les coûts de tous les aspects de l'organisation, autant logistique que pédagogique. Cette conférence présentait un survol intéressant afin d'outiller les directeurs de SDC dans le développement des compétences de leurs membres.

Commerce et design : les clés du succès



Commerce Design Montréal, le ministère du développement économique et régional et de la Recherche et Détail Formation ont présenté, le 25 mai dernier, à l'occasion du gala de Commerce Design Montréal, le guide pratique *Commerce et design : les clés du succès*. Clair et méthodique, ce document s'adresse à tous les acteurs du domaine du commerce et vise à inciter les commerçants à investir dans la qualité de l'aménagement de leurs établissements. Ce document est téléchargeable sur le site Web de chacun des partenaires. A la rentrée, Détail Formation vous proposera une conférence inspirée de ce manuel et destinée à sensibiliser les commerçants de votre région à l'importance d'investir en design et savoir comment travailler avec un designer.



Jacky Le Bihan : (514) 899-9555  
ou 1 888 822-5555