

# La formation en détail

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

Juin 2000

Détail Formation a pour objectif de promouvoir la formation de la main-d'œuvre dans le secteur du commerce de détail, en mettant à la disposition des regroupements de détaillants, des chambres de commerce, des organismes de développement économique, des franchiseurs ainsi que des détaillants indépendants des outils de gestion et des services spécialisés.

## Pour mieux répondre aux exigences du commerce de détail

Grâce à l'appui financier du Fonds national de formation de la main-d'œuvre d'Emploi-Québec, le projet Détail Formation favorise la création de programmes de soutien à la gestion destinés aux petites entreprises de détail de toutes les régions du Québec.

Depuis octobre 98, le partage de notre expertise a permis de mettre sur pied plusieurs projets, en collaboration avec des associations de détaillants, des chambres de commerce et des organismes de développement économique. Des milliers de détaillants peuvent ainsi compter sur ces activités de formation afin d'améliorer leurs compétences et celles de leurs employés.

En plus de développer ces projets, l'équipe de Détail Formation s'affaire à promouvoir les avantages de la formation pour les détaillants. À ce chapitre, nous éditons depuis un an un bulletin d'information mensuel destiné à plus de 1000 organismes de soutien au développement économique du Québec. Depuis le mois de mai dernier, nous destinons une version spéciale de ce bulletin aux détaillants.

### Profitez de cette expertise

Certains outils de soutien à la gestion développés par Détail Formation vous sont accessibles, **quelle que soit la région où votre commerce est situé**. Il s'agit du *Cahier de gestion d'un commerce de détail* et du *Manuel de l'employé*, deux outils innovateurs conçus pour faciliter vos opérations de gestion au quotidien et pour mieux planifier l'intégration de vos nouveaux employés. Nous vous présentons dans ce numéro le *Manuel de l'employé*.

### D'autres services pour les détaillants de la grande région de Montréal

Grâce au soutien de la Table métropolitaine d'Emploi-Québec, Détail Formation offre aux détaillants de la grande région de Montréal une gamme complète d'activités de formation. Parmi celles-ci, on retrouve des séminaires animés par différents experts : *Diagnostic d'une entreprise de détail*, *Comment recruter et intégrer ses nouveaux employés*, *Comment former et motiver ses employés pour maximiser leur productivité*, *Merchandising, Vol à l'étalage*.

Pour informations : Serge Breton ou Isabelle Aubry  
(514) 522-3797

## Manuel de l'employé (personnalisé à votre entreprise)

Présenté sous forme imprimée ou électronique, ce document regroupe toutes les informations pertinentes pour mieux expliquer à vos employés la mission de votre entreprise, vos valeurs ainsi que vos politiques de gestion.

En plus de fournir des renseignements utiles, ce manuel favorise une meilleure attitude au travail : il est démontré que les employés qui comprennent bien l'ensemble de leurs tâches et qui connaissent mieux la philosophie de l'entreprise qui les embauche deviennent de meilleurs collaborateurs.

Détail Formation vous propose de rédiger une version personnalisée du Manuel de l'employé à partir de vos renseignements fournis par télécopieur ou par courriel. Coût : 30 \$ (taxes en sus).

Informations : Serge Breton ou Isabelle Aubry au (514) 522-3797.



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.



## Vendre sa différence

**P**our demeurer compétitif, le détaillant indépendant a tout intérêt à faire valoir très clairement de quelle façon il se distingue de ses concurrents. Plusieurs commerçants pensent à tort que seules les grandes entreprises de détail ont les moyens de mettre en œuvre des stratégies de marketing qui leur permettent de se différencier (par le design, l'ambiance, des vitrines accrocheuses, des publicités dans les quotidiens, etc.).

***Quelle que soit la taille et le secteur d'activité de son commerce, il demeure important de faire valoir les avantages distinctifs que nous proposons à notre clientèle et de faire en sorte que ces avantages soient rapidement compris. Notre budget de marketing doit avant tout correspondre à la stratégie d'affaires qui nous permettra d'atteindre notre clientèle cible et de lui vendre efficacement notre ...différence.***



### Le positionnement idéal

La définition du positionnement d'une entreprise ne relève certainement pas du hasard. Pour y parvenir, il est primordial, dans un premier temps, d'évaluer les forces et les faiblesses de ses concurrents avant d'évaluer les forces et les faiblesses de sa propre entreprise.

#### 1 Évaluation de ses concurrents

Pour réussir en affaires, il est primordial de connaître précisément les forces et les faiblesses de ses principaux compétiteurs. Plusieurs sources d'information nous permettent d'accumuler à peu de frais des données qui peuvent s'avérer fort utiles : des articles de journaux ou de magazines, des entrevues diffusées à la radio ou à la télévision, des renseignements publics fournis par des associations professionnelles ou diffusés sur le réseau Internet, etc.

Il est également possible de mieux se renseigner sur le secteur du commerce de détail auprès du ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec et du Conseil québécois du commerce de détail. De plus, le Centre d'intervention pour la revitalisation des quartiers (CIRQ) offre aux détaillants de la région de Montréal un service d'information stratégique (incluant le profil et la localisation des entreprises concurrentes dans son secteur d'activité). Ce service professionnel est offert à un coût accessible.

#### 2 Évaluation de son entreprise

De nombreux outils nous permettent d'effectuer une évaluation exhaustive des forces et faiblesses de notre entreprise de détail. La liste des outils de gestion, séminaires et guides traitant du diagnostic d'entreprise est très longue. La Fondation de l'entrepreneurship propose, entre autres, plusieurs ouvrages traitant de ce sujet.

Voici les principaux éléments que nous vous recommandons d'inclure dans votre grille d'évaluation pour effectuer le diagnostic de votre entreprise. Nous y reviendrons en détail dans nos prochaines chroniques : localisation, publicité, stratégie de prix, aménagement commercial, merchandising, service à la clientèle, gestion du personnel, gestion financière, adaptation aux nouvelles technologies.

#### La formation en détail

vous est présenté par Détail Formation  
1012, avenue du Mont-Royal Est, bureau 101  
Montréal (Québec) H2J 1X6  
Tél. : (514) 523-7387 Fax : (514) 522-2413  
Renseignements : Serge Breton ou Isabelle Aubry