

OSEZ!

7^e édition

Colloque du commerce de détail

Une présentation de

Emploi

Québec
Centre-du-Québec

mardi, 24 février 2015
Hôtel & suites le Dauphin, 11 h à 17 h

70 \$* membre / 75 \$* non-membre (* dîner inclus, taxes en sus)

INSCRIPTIONS : www.ccid.qc.ca ou 819-472-6705

ORGANISATEURS



commerce
drummond

CCID

CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE DE DRUMMOND

PARTENAIRES



Desjardins
Entreprises

Coopérer pour créer l'avenir

L'Express
une publication de
tc • 1933

Rouge
105,30 fm



DRUMMONDVILLE 92.1
LA RADIO DES HITS



Suivez-nous sur Facebook pour courir
la chance de gagner votre entrée!



11 h 30 INNOVER OU FERMER BOUTIQUE!
Marc-André Bovet, président de BONE structure

Tout ce qui vous entoure est le fruit de l'innovation. Votre téléphone cellulaire est maintenant un téléphone intelligent, votre voiture est en fait un ordinateur sur roues, votre journal est un iPad. L'industrie de l'habitation, tout comme VOTRE ENTREPRISE de produit ou service, NE PEUT IGNORER L'INNOVATION ou demeurer dans un état d'évitement, simplement parce que « on a toujours fait ça de même! »

Vos clients sont à l'affût et en veulent pour leur argent. QUE FAITES-VOUS?

13 H 30 et 15 H 05 - VOS CHOIX D'ATELIERS (2)



**Le merchandising :
Vendre PLUS et MIEUX !**

Brian McConnell,
PDG de l'Agence Shop



**Déterminer le bon prix et
« osez faire du profit »**

Céline Dallaire, M.Sc., CPA,
CMA de CDR Groupe-Conseil inc.



**Osez-vous vous poser les
bonnes questions?**

Mylène Thériault,
Absolu Communication Marketing



**Le service à la clientèle,
osez-vous vraiment?**

Pierre-Paul Lévesque, MBA
Président de Mission Client

Un beau magasin n'est pas toujours synonyme de BON magasin (efficacité des ventes et des profits). L'objectif pour chaque détaillant étant de rentabiliser au maximum la performance de son point de vente, il importe d'optimiser l'expérience consommateur afin de maximiser les items par facture et d'augmenter le panier moyen. Cet atelier, c'est : comprendre ce qu'est le merchandising, à quoi il sert, et comment l'appliquer en magasin pour construire votre marque et conclure des ventes.

Les entreprises de commerce de détail sont souvent délaissées lorsqu'il s'agit de coût de revient. Pourtant, c'est une notion tellement importante pour déterminer les actions à prendre pour maintenir ou atteindre la rentabilité. L'entrepreneur a souvent une impression d'impuissance puisque le prix de vente est déterminé par le marché. Par des exemples concrets, vous saurez comment structurer vos coûts et déterminer les produits ou les départements payants de ceux non payants.

La poule est-elle venue avant l'œuf? En communication : l'introspection vient avant les promotions! Rien de sert de faire de la publicité si vous ne vous mettez pas dans la peau de votre « client cible » pour identifier ses besoins. Quelqu'un entre dans votre environnement pour la première fois : Est-il satisfait du coup d'œil? Et son sentiment face à votre concurrent? Votre éclairage est-il adéquat? Et vos toilettes? Vos produits reflètent-ils l'image que vous voulez donner? Autant de questions et de réponses seront trouvés dans cet atelier énergique et motivant!

Confrontés à des clients en mutation, une concurrence féroce, des boutiques en ligne et une technologie de plus en plus envahissante, les détaillants doivent se démarquer. Cette conférence dresse un bilan de la situation, des directions à prendre et de trucs simples pour se positionner dans le cœur des clients.