



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

DIRECTION DE L'ECONOMIE, DE LA FORMATION
ET DE L'EMPLOI

Nouméa, le 9 novembre 2020

CAHIER DES CHARGES ACTION DE FORMATION PROFESSIONNELLE **2021**

THEMATIQUE 9 : STRATEGIE MARKETING COMMUNICATION ET COMMERCIALISATION

« Crée sa boutique »
Code : SMC 9.13

Contexte de l'action : Mettre en œuvre une démarche marketing dans une entreprise entraîne très souvent des réticences de la part du dirigeant. Les raisons invoquées : le manque de connaissances, de temps et/ou de moyens financiers. Pourtant aujourd'hui plus que jamais, dans un contexte où le tourisme de proximité devient une orientation forte, savoir apprécier son marché, apprendre le langage du client, évaluer son offre en fonction de segments de clientèles visés savoir se démarquer, repenser ses produits ... autant d'éléments incontournables pour atteindre une performance durable.

Argument plateforme : compléter vos revenus avec la création d'un espace boutique

« Crée sa boutique » **Code : SMCC 9.13**

Le public cible :

- ✓ Tout professionnel de l'hôtellerie-restauration, du tourisme et des loisirs exerçant en province Sud.

Prérequis

- ✓ Avoir un projet de création d'espace boutique

Les objectifs généraux de la formation :

Maitriser les différentes étapes de la création d'une boutique/espace boutique

Résultats attendus à l'issue de la formation

- ✓ Définir son projet (marché, montage financier, réglementation ...)
- ✓ Définir le positionnement de sa boutique
- ✓ Concevoir son espace en appliquant les principes d'aménagement du parcours client
- ✓ Connaître les principales techniques de marchandisage et de politique produits
- ✓ Gérer la boutique (prix, minimums d'achat, fournisseurs, stocks...)

Contraintes

- ✓ La composition du groupe des participants est hétérogène de par l'activité, la localisation, l'expérience ...

Organisation matérielle et logistique :

- ✓ Prévoir les coûts de location d'une salle équipée ainsi que tout autre matériel nécessaire à la réalisation de la session.
- ✓ La DEFE pourra aider à la recherche de lieux appropriés notamment hors Nouméa.

Évaluations : l'organisme de formation assurera les modalités d'évaluations suivantes :

- ✓ Une évaluation des attentes des stagiaires en amont de la formation
- ✓ Une évaluation des savoirs et savoir-faire acquis en fin de session
- ✓ Une évaluation de la satisfaction des stagiaires en fin de session
- ✓ Une évaluation post formation de la session (bilan de clôture)
- ✓ Entre 3 et 6 mois après la formation une évaluation (téléphone ou mail) de l'efficacité de la formation en milieu professionnel.

Méthodologie :

- ✓ Faire des propositions en tenant compte de la priorité à apporter des outils concrets directement réutilisables au quotidien par le participant
- ✓ Il est conseillé à l'organisme de formation de prioriser des méthodes pédagogiques actives et mixtes, d'alterner les séquences de travail, de varier entre les temps d'apprentissage théoriques et les mises en pratique.
- ✓ Il est vivement recommandé de présenter les techniques d'animation et de les décrire dans la proposition écrite en mentionnant l'objectif pédagogique.

Durée et nombres de sessions

- ✓ 21 H format tout en présentiel (continu ou discontinu) ou présentiel et à distance à proposer par l'organisme de formation
- ✓ 1 session

Calendrier : l'action est pré positionnée comme suit :

- ✓ Mai/Juin/juillet

Validation

- ✓ Une attestation de formation ou attestation de présence

Lieu

- ✓ Nouméa

Nombre de participants :

- ✓ De 6 à 12 participants

Profil recherché pour l'intervenant

- ✓ Marketing/Merchandising/ Gestion commerciale
- ✓ GRC
- ✓ Formation de formateur pour adultes et /ou expérience pédagogique avérée dans la formation pour adultes
- ✓ Une bonne connaissance du tourisme en Nouvelle Calédonie est un plus

Remarques :

- ✓ Temps de concertation à prévoir en amont avec les services de promotion touristique de la province Sud.