



Comprendre l'offre
commerciale

L'art du commerce raisonné

Optimiser les
opportunités



15 284 ménages

289 entreprises commerciales

2 952 emplois

379 290 pc de grandes surfaces

408 954 000 \$ = demande des consommateurs

842 935 630 \$ = offre commerciale

480 143 195 \$ = pôle d'attraction

2 888 259 pc de surfaces commerciales

Sept-Îles, QC, Canada

Fuites commerciales

46 161 565 \$

154 776 pc

Commercialisation

60 443 \$

188 pc

Agrandissement

8 829 342 \$

28 230 pc

Implantation

10 681 576 \$

67 321 pc

Autres

26 590 204 \$

59 037 pc



Agenda



1. Le détaillant consultant!
2. Des alliances stratégiques
3. Une assistance professionnelle
4. Un parcours de développement des affaires
5. La création d'une banque commerciale!



" Le commerce de détail est difficile "

Steve Jobs – Apple

2006 ThinkEquity financial analysts' conference

1. Le détaillant consultant!

Un ami détaillant demande votre aide pour l'aider à améliorer son chiffre d'affaires.

Quelles sont les cinq questions de base que vous devez lui poser pour connaître son contexte?



1. Le détaillant consultant!

1. Quels sont les besoins de tes clients?
2. Quelle est ta stratégie d'achat des produits?
3. Quelles sont les actions de commercialisation prisées?
4. Quel est le plan de formation des employés?
5. Décris-moi ton système d'information marketing?
6. À partir de quels indices changes-tu ta pratique d'affaires?



1. Le détaillant consultant!

Besoins	A en stock, bas prix	B Conseil, rapidité commande	C Commande, service personnalisé
Stratégie	Fournisseur à bas prix Rapidité de livraison Commande via Internet	Fournisseur de spécialité Représentant, Catalogues	Fournisseurs exclusifs Chargé de compte
Actions	Média local Affiche en magasin Vitrine	Courriel Appel Blogue	Alerte courriel Appel
Formation	Par le patron	Par le représentant	Par les fabricants
SIM	Rotation des stocks Durée d'écoulement Ventes pc	Vente/client (\$, %) Taux de visite en magasin Taux d'achat en magasin	Data/client Motifs Rendement/client
Indices	Concurrent repère	Magazine Trade Show	Enquête client Enquête satisfaction

"Si vous n'avez pas trouvé d'alliés et d'aides,
alors vous serez isolé et faible."

Sun Tzu, "The Art of War"

2. Des alliances stratégiques

Par votre succès, vous avez été invité à participer à un groupe de réflexion sur le commerce de détail.

Quelles sont les types d'alliances stratégiques que vous proposez aux commerces de Sept-Îles?



2. Des alliances stratégiques

Groupe de détaillants

Mêmes fournisseurs
Mêmes types de clients
Mêmes détaillants régionaux

Distribution exclusive

Intelligence de marché
Marketing personnalisé

Magasin dans le magasin

Aménagement spécifique
Marketing de spécialité
Budget Coop

Logistique marketing

Base de données
Gestion des envois (bulletins, e-mail, rappels clients, vitrines)

2. Des alliances stratégiques

Info	Groupe de détaillants	Réaction au changement, tendance Augmenter sa flexibilité
Brand distinctif	Distribution exclusive	Bénéficiaire d'une expertise éprouvée de vente
Agence	Magasin dans le magasin	Augmenter la notoriété Vendre des produits réputés et distinctifs
Sous-traitance	Logistique marketing	Être plus efficace, réduction des coûts, réduction des délais, contrôle de qualité

3. Une assistance professionnelle

"La forme la plus pure de la gestion professionnelle exige d'être en mesure de « sentir » les vrais faits des autres."

Harold S. Geneen, CEO ITT

3. Une assistance professionnelle

Vous avez trouvé la lampe magique d'Ali Baba (celle pour les affaires!). Vous devez choisir trois services professionnels pour votre firme.

Quels sont les trois services que vous choisissez?



3. Une assistance professionnelle

Systeme d'information

Client : motif d'achat, valeur de la transaction, fréquence, attentes, autres réseaux d'achat, besoins non comblés
Finance : \$/pc, rotation stock, pub coop
Concurrents, Fournisseurs

Formation des employés

Service clientèle, produits, politique de service, produits alternatifs, utilisation du produit

Formation marketing stratégique

Segment de marché, choix des plateformes technologiques, type de suivi client, trade show, système de prix

4. Un parcours de développement des affaires

« Planifiez toujours à l'avance. Il ne pleuvait pas lorsque Noé a construit l'arche. »

Richard C. Cushing
Archevêque de Boston

4. Un parcours de développement des affaires

Lors d'une rencontre de gens d'affaires, il est décidé de créer un club d'affaires.

Vous êtes réuni pour discuter des échelons à franchir pour atteindre le titre de Grand Commerçant! Quels sont ces échelons?



4. Un parcours de développement des affaires

Tronc commun

Détaillant éveillé

Ruban Blanc

Détaillant allumé

Ruban Vert

Détaillant futé

Ruban Or

Détaillant branché

Ruban Rouge

Détaillant efficace

Grand Commerçant

Maître de marché

Banque d'heures de services conseil

Gestion des besoins du clients

Service de coaching en gestion

Optimisation du mix de produits/services

Gestion des canaux de distribution

Gestion de la dynamique de marché

4. Un parcours de développement des affaires



Banque d'heures de services conseil

Abonnement à 5 thématiques d'une heure

Tronc commun

Détaillant éveillé

Processus d'embauche

Plan de formation

Indicateurs financiers

Audit marketing

Budget publicitaire

Bonne pratique de débauche

Définition des tâches

Les comptes clients

Recouvrement

Commandite : oui ou non?

4. Un parcours de développement des affaires



Gestion des besoins du clients

Une demie journée de formation

Ruban Blanc
Détaillant allumé

Définition des besoins des clients

Définition des segments de marché

Techniques d'entrevues client

Système d'information client

La fidélité : mythes et réalités

La mesure des initiatives de marché

4. Un parcours de développement des affaires



Service de coaching en gestion

Une demie journée de formation

Ruban Vert
Détaillant futé

Planification des achats

Merchandising, éclairage

Gestion des escomptes

Groupes de produits apparentés

Mark Up Mark Down

Publicité coop

Indicateurs de performance

Rendement des espaces de vente

4. Un parcours de développement des affaires



Ruban Or
Détaillant branché

Optimisation du mix de produits/services

Une demie journée de formation

Rentabilité par produit

Groupes de produits

Produits accessoires

Produits complémentaires

Services associés

Planification des commandes

Politique de service

Programme publicitaire

4. Un parcours de développement des affaires



Ruban Rouge
Détaillant efficace

Gestion des canaux de distribution

Une demie journée de formation

Journal et autres imprimés

Site web

Site web transactionnel

Contacts clients

Réseaux sociaux

Politique de commandite

Adoption d'une cause

Plan de relations publiques

4. Un parcours de développement des affaires



Gestion de la dynamique de marché

Une demie journée de formation

Grand Commerçant

Mâitre de marché

Assistance congrès sectoriel

Vente par Internet

Assistance congrès national

Comités clients

Création d'un événement

Vigie de marché

Atelier d'innovation interne

Nouveaux marchés

4. Un parcours de développement des affaires



Tronc commun
Détailant éveillé



Ruban Blanc
Détailant allumé



Ruban Vert
Détailant futé



Ruban Or
Détailant branché



Ruban Rouge
Détailant efficace



Grand Commerçant
Maître de marché

$$\begin{array}{l} \text{Connaissance de vos marchés} \\ + \text{ Valorisation de vos opportunités d'affaires} \\ \hline = \text{ Entreprise en croissance} \end{array}$$

5. La création d'une banque commerciale

« Plus grand est l'obstacle et plus grande est la gloire de le surmonter. »

Molière

5. La création d'une banque commerciale

La gestion du commerce rend nécessaire
l'embauche d'employés peu disponibles

5. La création d'une banque commerciale

La gestion du commerce rend nécessaire
l'embauche d'employés peu disponibles

- Modifier la manière de travailler ← Amélioration continue interne
Innovation dans la méthode
- Répartir la charge de travail ← Dans la durée, entre les employés
Formation, rotation des postes
- Établir des priorités ← Essentiel, important, nécessaire
- Déléguer des responsabilités ← Créer des responsabilités
- Sous traiter des activités ← Vitrine, entretien, autres

5. La création d'une banque commerciale

La gestion du commerce rend nécessaire
l'embauche d'employés peu disponibles

Définir les besoins réels

← Systématiser les activités

Estimer la durée du besoin

← Temporaire, saisonnier, occasionnel

Préparer une formation

← Présenter le commerce, les produits, les tâches

Identifier un mentor interne

← Éliminer les doutes, appuyer la compétence

5. La création d'une banque commerciale

La gestion du commerce rend nécessaire
l'embauche d'employés peu disponibles

Définir les canaux

← Commerce, Clients, Amis, Réseaux locaux

Compléter l'offre

← Site Web, demande d'emploi, rencontre rapide en magasin

Répondre aux demandes

← Les aspirants employés sont ou seront des clients

Former le nouvel employé

← Stocks, caisse, catégories à l'aide du mentor

5. La création d'une banque commerciale

La gestion du commerce rend nécessaire
l'embauche d'employés peu disponibles

L'enjeu de la rareté de candidats

5. La création d'une banque commerciale

1. Créer une coopérative de temps de travailleurs

Pour remplir une durée plutôt qu'un poste

Pour développer une série de compétences commerciales

Pour compléter l'offre actuelle de travailleurs

2. Organiser l'offre en termes temporels

Les disponibilités du lundi au jeudi

Les disponibilités de soir

Les disponibilités de weekend

Les disponibilités selon les mois

5. La création d'une banque commerciale

3. Former à quelques compétences

La prise d'inventaire

Les appels à la clientèle

L'analyse des promotions

La conception des vitrines

Les envois aux clients

Les enquêtes aux clients

L'étiquetage des prix

La mise à jour du site web

La mise à jour de la BD

4. Concevoir un programme d'intéressement

Des heures en or : le temps c'est de l'argent!

Potentiel de conversion chez un commerçant

Intéresser d'autres entreprises (services)

Conclusion

Les fuites n'existent que dans l'attente d'une offre améliorée

Investir dans la qualité, c'est devenir plus séduisant pour le client

Le client qui vous adopte, adopte le changement

Le commerce qui évolue est source de changement

Le changement, c'est le quotidien du commerce

L'innovation est le cousin du changement

Colmatez les fuites, c'est innover pour séduire le client !

Apakah Anda siap?

Είστε έτοιμοι;

Ben je klaar?

Are you ready?

Дали сте подготвени?

آيا شما آماده هستيد؟

Ydych chi'n barod?

क्या आप तैयार हैं?

Você está pronto?

¿Está usted listo?

Êtes-vous prêt?

Вы готовы?

你准备好了吗?

Ert þú tilbúin?

Je, uko tayari?

Oletko valmis?

Sunt vobis parati?

Bạn đã sẵn sàng?

Sind Sie bereit?

準備できているの？

Handa ka na?