



SOCIÉTÉ DES MUSÉES  
DU QUÉBEC

## Description de formation

### Aménagement et marketing d'une boutique de musée

Comptoir de vente ou boutique permanente à l'intérieur d'une institution muséale ou patrimoniale, les défis sont énormes : offrir les bons produits tant pour les clientèles locales que touristiques, générer des revenus satisfaisants, accroître la notoriété de l'institution, contribuer à la diversification de ses sources de financement autonomes...

Cette activité vise à former les gestionnaires pour qu'ils puissent améliorer la performance de la boutique sous leur responsabilité. Elle permettra aussi de favoriser le partage de bons coups, de stratégies gagnantes et de conseils pratiques pour mettre en valeur les produits et pour répondre adéquatement aux attentes des visiteurs. Alternant théorie, pratique et discussions, cette formation traitera également de sujets tels que le choix des produits, l'aménagement et le merchandising ainsi que le marketing différenciateur d'une boutique.

#### Objectifs

Au terme de cette formation, les participants seront capables de :

- Comprendre les comportements des consommateurs et les décisions d'achat ;
- Revoir l'emplacement et la disposition des produits ;
- Analyser, épurer et bonifier la gamme de produits offerts (portefeuille de produits) ;
- Calculer la rentabilité d'une gamme de produits en particulier ou d'un espace plancher ;
- Développer une matrice de marketing différenciateur pour accroître les revenus et les profits (stratégie de vente de produits selon le type de clientèle).

#### Clientèle visée

Gestionnaires et responsables de boutiques d'institutions muséales et patrimoniales

#### Formateur SMQ

Claude Lalonde

#### Durée

7 heures

#### Nombre de participants

Maximum de 15 personnes