

La Vitrine

Les réseaux sociaux : de puissants leviers pour les commerçants

Contact direct et régulier avec la clientèle, visibilité continue pour l'entreprise et rétroaction instantanée, plusieurs avantages sont associés à l'utilisation des réseaux sociaux, qui sont devenus incontournables pour de nombreux détaillants. Bien que ces plateformes présentent des retombées intéressantes, elles symbolisent pour certains commerçants un nouveau défi à surmonter. Mais le jeu en vaut-il vraiment la chandelle?



Une stratégie populaire

Le *Diagnostic sectoriel de la main-d'œuvre du commerce de détail 2016-2019* révèle que parmi les détaillants québécois qui disposent déjà d'un site Internet, la proportion d'établissements présents sur au moins un réseau social est de 79%. De cette proportion, il semblerait que **Facebook** soit le plus populaire (98%), suivi de **Twitter** (26%), d'**Instagram** (15%), de **LinkedIn** (12%) et de **Pinterest** (9%). Cette tendance touche également les entreprises qui utilisent leur page Facebook en guise de site Web. Toutefois, même si la popularité de ces plateformes est fulgurante, les experts estiment que celles-ci ne remplacent pas les médias traditionnels. À ce jour, la pratique la plus courante serait la combinaison des nouveaux médias avec

les médias traditionnels. D'ailleurs, selon le *Diagnostic*, la majorité des détaillants utiliseraient les réseaux sociaux (50%) et la publicité imprimée (47%) pour diriger l'affluence vers leur site Web.

Un outil de recrutement

Les réseaux sociaux présentent de nombreux avantages en ce qui a trait au recrutement. Ils sont gratuits, rapides et permettent d'atteindre un grand nombre de candidats. À l'heure actuelle, 11% des employeurs utilisent ces plateformes pour recruter du personnel et l'on estime que d'ici 2019, ce nombre augmentera à 68%. Cette pratique donne la possibilité d'entrer en contact avec une communauté de « fans » déjà conquis par la marque. Audrey Morissette, propriétaire de

la boutique Vestibule¹, souligne que la grande popularité de son commerce sur les réseaux sociaux contribue à faciliter le processus de recrutement. « Nous recevons un grand nombre de candidatures et cela nous permet de sélectionner les meilleures. » Cependant, comme l'indique Rémi Lachance, cofondateur de la société-conseil en gestion et en ressources humaines, Proxima Centauri, « il est important de savoir que recruter par les réseaux sociaux n'améliorera pas une stratégie de recrutement inefficace. Par contre, utilisées adéquatement, ces plateformes permettront d'accroître votre accès à des candidats que vous n'auriez pas atteints autrement et constitueront des outils de choix pour le développement des ressources humaines de votre entreprise ».

(Suite page 2)

¹ Voir Exemple à suivre page 3.

CONSEILS D'EXPERTS



- + Disposer d'employés compétents en la matière;
- + Interagir rapidement et efficacement avec ses abonnés;
- + Être à l'écoute des commentaires et des besoins de sa clientèle;
- + Alimenter quotidiennement ses différentes pages;
- + Diffuser un contenu riche et varié en ayant l'objectif de toujours promouvoir sa marque;
- + Se doter d'une politique d'utilisation des réseaux sociaux.

Une nouvelle mesure à adopter

Afin d'harmoniser l'ensemble des communications, il est important, en tant qu'entreprise, de se doter d'une politique d'utilisation des

médias sociaux. Détail Québec a d'ailleurs élaboré un guide à cet effet, qui est disponible en ligne dans la section des outils RH. Ce guide de référence permet notamment d'assurer le respect de la vie privée de chacun et de préserver la confidentialité des informations. Afin d'éviter des comportements inappropriés, il s'avère nécessaire de sensibiliser et d'outiller les employés sur l'usage de ces plateformes.

Une influence incomparable

Lorsqu'il s'agit d'influencer les consommateurs, le pouvoir des médias sociaux est étonnant. À la boutique Vestibule, la stratégie utilisée a été de faire directement appel à des influenceurs avec la campagne #MonVestibule, lancée en mars dernier. L'idée est de solliciter la collaboration de 12 personnalités québécoises telles qu'Alexandra Diaz, Magalie Lépine-Blondeau, Valérie Roberts et Marilou Wolfé. Chaque mois, une nouvelle

ambassadrice présente ses coups de cœur pour des articles de la boutique sur ses propres réseaux sociaux. Ce projet a permis de faire connaître rapidement cette jeune entreprise et a favorisé l'adhésion de milliers d'abonnés. L'influence des réseaux sociaux ne se manifeste pas seulement grâce à des personnalités connues. Selon le *Rapport sur le commerce de détail Total Retail 2016 : Perspectives canadiennes*, réalisé par PricewaterhouseCoopers (PwC), le comportement d'achat de près de 40% des Canadiens est influencé par les critiques de produits, les évaluations et les commentaires qu'ils lisent dans les médias sociaux. Il n'est donc pas étonnant que bon nombre d'entreprises investissent de plus en plus dans ces puissants médias. Lorsque bien exploités et analysés, les médias sociaux fournissent une véritable mine d'or d'informations sur les consommateurs et représentent d'excellentes vitrines pour faire connaître sa marque. ■

Sources :

- DÉTAIL QUÉBEC. *Modèle de politique d'utilisation des médias sociaux*, [En ligne], 2016. [https://www.detailquebec.com/assets/files/outils_rh/politique_medias_sociaux.pdf].
- DÉTAIL QUÉBEC. *Diagnostic sectoriel de la main-d'œuvre du commerce de détail au Québec 2016-2019*, [En ligne], 2016. [www.diagnostic.detailquebec.com].
- PWC CANADA. *Rapport sur le commerce de détail Total Retail 2016*, [En ligne], 2016. [www.read.ca.pwc.com/i/656773-rapport-sur-le-commerce-de-detail-total-retail-2016].
- CRHA – ORDRE DES CONSEILLERS EN RESSOURCES HUMAINES AGRÉÉS. *Recruter par LinkedIn et les réseaux sociaux*, [En ligne], 2011-2012. [www.portailrh.org/gestionnaire/fiche.aspx?f=77899].

LANCEMENT DU DIAGNOSTIC

Le lancement du *Diagnostic sectoriel de la main-d'œuvre du commerce de détail au Québec 2016-2019* s'est déroulé avec succès le 3 mai dernier. La directrice générale de Détail Québec, Patricia Lapierre, a accordé neuf entrevues, ce qui a permis de récolter plus de 30 parutions médiatiques sur différentes plateformes : télévision, radio, journaux, magazines et Internet. Cet événement aura donné la possibilité de valoriser l'image de secteur du commerce de détail, partout au Québec.



De gauche à droite, M^e Anouk Collet, adjointe exécutive, syndicat des Travailleurs unis de l'alimentation et du commerce (TUAC) Canada, Léopold Turgeon, président-directeur général du Conseil québécois du commerce de détail, Vincent Bouchard, vice-président marketing, associé de la firme SOM Recherches et Sondages, Patricia Lapierre, directrice générale de Détail Québec.

- > La revue de presse est disponible sur notre site Web à detailquebec.com/fr/publications/Revue-de-presse;
- > Vous pouvez également consulter l'étude complète à diagnostic.detailquebec.com.

14^e Olympiades québécoises des métiers et technologies

Les 14^{es} Olympiades québécoises des métiers et des technologies, qui se sont déroulées les 5 et 6 mai derniers, ont permis à 234 compétiteurs issus de 32 disciplines d'illustrer leurs talents devant quelque 10000 visiteurs. Pour cette occasion, la directrice générale de Détail Québec, Patricia Lapierre, a été invitée à faire partie du jury de la catégorie Vente-conseil. La plus haute distinction, le prix Meilleur du Québec, est allée à Patrick Martel, médaillé d'or en vente-conseil. Issu du Centre de formation professionnelle (CFP) des Riverains, le jeune homme a obtenu le plus haut pointage, toutes disciplines confondues. Les Olympiades ont à nouveau démontré leur importance dans le réseau de la formation des métiers spécialisés.



De gauche à droite, le médaillé de bronze Jean-Philippe Marchand, du CFP Maurice-Barbeau, le médaillé d'or Patrick Martel, du CFP des Riverains, et Roxanne Godbout, du CFP Gabriel-Rousseau, médaillée d'argent. Photo : Compétences Québec

Exemple à suivre

Tombez sous le charme de Vestibule

Vestibule
 boutique
 art de vivre

En collaboration avec Audrey Morissette, propriétaire de Vestibule

Située dans le Mile-End à Montréal, la boutique Vestibule, qui s'inspire du concept art de vivre, a soufflé cette année ses deux premières bougies. On y retrouve des pièces décoratives, des produits pour l'art de la table, des bijoux et des vêtements. Une attention particulière est accordée aux produits locaux et chaque article est choisi et disposé avec le plus grand soin. Née du rêve de sa propriétaire, Audrey Morissette, Vestibule a le vent dans les voiles et sa popularité est fulgurante. Réseaux sociaux, commerce en ligne, expérience client et marketing, rien ne semble être à l'épreuve de cette jeune entrepreneure d'ici.

Morissette. Vestibule a également son propre blogue sur son site Internet, dans lequel on peut lire des articles rédigés par la propriétaire, ses employés et des collaborateurs qui partagent leurs inspirations mode et déco ainsi que leurs découvertes d'entreprises locales.

Des idées inspirantes

Les réseaux sociaux ne semblent pas avoir de secrets pour Audrey Morissette qui, dès l'ouverture de la boutique, s'est empressée d'y assurer la présence de Vestibule. « Il était essentiel que nous soyons présents sur les différents réseaux sociaux pour nous faire connaître et rejoindre notre clientèle. De plus,

contribuent par l'entremise de leurs propres réseaux sociaux à faire connaître Vestibule au grand public. Selon la propriétaire, cette idée originale explique principalement la présence de milliers d'abonnés sur les réseaux sociaux de l'entreprise. Une autre stratégie efficace a été de faire appel aux services de la photographe de renom, Andréanne Gauthier, pour assurer une qualité visuelle irréprochable sur ses différentes plateformes. Pour la propriétaire, le commerce en ligne est aussi un incontournable afin de se mesurer aux grandes entreprises et de rejoindre la clientèle, peu importe où elle se trouve.



Partager son univers

La propriétaire excelle pour faire « vivre sa marque » et partager avec ses clients sa passion pour la mode et la décoration. Dès que ceux-ci mettent les pieds en magasin, ils tombent sous le charme. L'univers féminin, épuré et éclectique que l'entrepreneure a su créer est aussi fidèlement reproduit sur le site Web. La boutique est d'ailleurs réputée pour son personnel accueillant et son climat toujours convivial. « Nous avons pour mission d'offrir un service à la clientèle exceptionnel donné par des employés qui portent les valeurs de l'entreprise », indique Audrey

notre important nombre d'abonnés nous permet aujourd'hui de recevoir plusieurs candidatures lorsque nous sommes à la recherche de personnel », précise l'entrepreneure. Sur la page Facebook de la boutique, on retrouve un contenu riche, varié et bilingue, une abondance de photos, plusieurs concours et une communication privilégiée avec les abonnés. En 2016, Vestibule a également lancé la campagne #MonVestibule. L'idée est de faire découvrir l'entreprise et de sensibiliser les Québécois à l'achat local en faisant appel à 12 personnalités québécoises. En provenance de différents milieux, ces ambassadrices

Briller par sa différence

Pour les petits commerçants, la compétition avec les grandes chaînes peut s'avérer très difficile. Selon Audrey Morissette, « il s'agit du plus grand défi et pour faire sa place, il faut **continuellement se démarquer**. L'offre de Vestibule est **différente**; nous proposons des pièces **uniques** et **originales** ainsi que des produits locaux qu'on ne retrouve pas dans les grandes surfaces ». En ce qui a trait à l'avenir, l'entrepreneure québécoise entend continuer à partager sa passion et poursuivre sa belle lancée. ■

Vos employés se démarquent? Votre entreprise a reçu un prix? Votre culture d'entreprise est différente et vous voulez en parler? Votre expérience nous intéresse.

Contactez notre équipe de rédaction afin de partager vos bons coups, votre fierté : emilie@detailquebec.com.

Témoignage

Étoile du secteur


Amanda Genao Sanchez ★

Gérante de la boutique Vestibule

Amanda Genao Sanchez occupe le poste de gérante de la boutique Vestibule depuis environ six mois. Cumulant cinq années d'expérience dans le secteur de la mode

masculine pour de grandes chaînes, Amanda a eu envie de changer d'environnement et lorsqu'elle a découvert la boutique Vestibule, ça a été le coup de foudre. La charmante boutique située dans le Mile-End correspondait exactement au changement qu'elle recherchait.

De précieuses compétences

Dans le cadre de ses fonctions, Amanda assure la gestion de l'équipe. Ainsi, elle effectue différentes tâches de nature administrative et relevant des ressources humaines. Le processus de recrutement figure également parmi ses responsabilités. « Nous sommes une petite équipe et nous accordons beaucoup d'importance à la sélection de nos employés. Nous visons un service à la clientèle impeccable », mentionne-t-elle. Il semble que le duo formé par la propriétaire et la gérante excelle en cette matière, car Vestibule est reconnue pour la qualité exemplaire de son personnel. Au quotidien, Amanda est appelée à utiliser les réseaux sociaux pour partager les nouvelles de la boutique, publier des photos et répondre aux questions de la clientèle.

Un contact personnalisé

« À la boutique Vestibule, chaque produit est soigneusement choisi par la propriétaire suivant ses coups de cœur et les demandes des clients », indique Amanda. L'offre unique de Vestibule permet aux employés d'avoir des contacts personnalisés avec une clientèle locale à l'affût des nouveautés. « En raison notamment des réseaux sociaux, Vestibule représente pour plusieurs une boutique de destination et c'est un véritable plaisir pour moi d'accueillir et de conseiller les nouveaux clients, » précise-t-elle.

Aux premières loges

Être le bras droit d'une entrepreneure québécoise offre son lot d'apprentissages. Passionnée par son environnement de travail, Amanda carbure aux défis et aspire à ouvrir l'équivalent masculin de la boutique Vestibule où un service de stylisme serait également proposé. Il est fort à parier qu'à son tour, Amanda Genao Sanchez réalisera son rêve grâce à son inspirante mentore, la jeune entrepreneure Audrey Morissette, qui brille par la réussite de sa boutique Vestibule.

 Pour d'autres témoignages inspirants, consultez detailquebec.com.

Saviez-vous que ...

79%

des établissements sont présents sur au moins un réseau social

des entreprises comptent utiliser les réseaux sociaux pour recruter d'ici 2019.

68%

 Données tirées du *Diagnostic sectoriel de la main-d'œuvre du commerce de détail 2016-2019*, consultez-le au detailquebec.com.

 Modèle de politique d'utilisation des **médias sociaux**

 Nouvel outil RH disponible sur notre site web!
detailquebec.com

TIREZ PROFIT DU NUMÉRIQUE AVEC L'ACCÉLÉRATEUR PME 2.0



Une offre de PME 2.0 est désormais accessible aux détaillants québécois qui souhaitent intégrer le numérique dans leur entreprise. Le CEFRIO propose, avec la collaboration d'experts, une démarche accélérée pour soutenir votre passage au commerce en ligne, ou encore améliorer votre stratégie actuelle.

L'Accélérateur PME 2.0 offre gratuitement 5 jours d'accompagnement aux entreprises pour :

1. Réaliser un court diagnostic de votre capacité numérique
2. Planifier votre stratégie d'affaires numérique pour mieux prioriser vos projets
3. Lancer un appel d'offres validé par un expert OU déterminer l'impact de vos projets dans vos équipes

Votre entreprise est éligible si elle :

- Œuvre dans le secteur du commerce de détail
- Emploie un minimum de 10 employés
- Désire réaliser un plan de match numérique et est prête à investir
- Peut accorder à la démarche un minimum de 40 heures de temps de travail interne

PME 2.0 est un programme financé par le ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation et mis en œuvre par le CEFRIO, un organisme qui accompagne les PME québécoises dans leur passage au numérique. D'ici 2018, 120 entreprises pourront bénéficier du parcours Accélérateur. Pour les entreprises de plus de 35 employés ayant des projets de plus grande envergure (100 000 \$ et plus), un programme Élite est également disponible.

Inscrivez votre entreprise sur PMENumerique.ca



eCOMMERCE
- QUÉBEC

SOLUTIONS ET VISIONS
TECHNOLOGIQUES
POUR LE COMMERCE
DE DÉTAIL ET ÉLECTRONIQUE

INVITATION EXCLUSIVE AUX DÉTAILLANTS



Bâtir et implanter une culture de reconnaissance

6 octobre 2016

Conférence et
assemblée publique

7 h 30 à 11 h

Hôtel Sandman
Longueuil

7 octobre 2016

Conférence

7 h 30 à 10 h

Hôtel Plaza
Québec

Détail Québec invite gracieusement les détaillants à déjeuner en sa compagnie et à venir entendre la conférence Bâtir et implanter une culture de reconnaissance présentée par HRM Groupe qui se tiendra le 6 octobre à Longueuil et le 7 octobre à Québec.

Veillez confirmer votre présence au 1 888 393-0222, poste 200 ou par courriel à info@detailquebec.com. Faites vite, les places sont limitées.

12 ET 13 OCTOBRE 2016
PALAIS DES CONGRÈS DE MONTRÉAL

WWW.ECOMMERCE-QUEBEC.ORG





NOUVEAUX ATELIERS DE FORMATION

Cet automne, Détail Québec vous offre de nouveaux ateliers de formation sur les médias sociaux, l'équité salariale et le commerce en ligne, en plus de ses populaires ateliers avec remboursement salarial sur le marchandisage, les ventes, la prévention des conflits et la prévention des vols et fraudes. **Faites vite, les places sont limitées!**

NOUVELLES FORMATIONS (SANS REMBOURSEMENT SALARIAL)

FORMATIONS	VILLE	DATES	PRIX
<i>Meilleures pratiques de recrutement à l'ère des médias sociaux</i>	Montréal	2 novembre	Membre ² : 235 \$ + taxes Non-membre : 250 \$ + taxes
<i>Réaliser et maintenir l'équité salariale</i>	Montréal	9 novembre	Gratuit
<i>Réussir sa transition vers le commerce en ligne</i>	Longueuil	21 septembre	Gratuit

FORMATIONS AVEC REMBOURSEMENT SALARIAL¹

Profitez du remboursement salarial remis aux participants jusqu'à un maximum de 75 \$ (offre réservée aux détaillants du Québec). C'est une excellente occasion pour développer les compétences clés de vos employés!

FORMATIONS	VILLE	DATES	PRIX
<i>Augmentez le panier moyen de vos clients</i> (techniques de vente)	Longueuil	27 septembre	Membre ² : 235 \$ + taxes Non-membre : 250 \$ + taxes
<i>Optimisez la rentabilité de votre espace de vente</i> (techniques de marchandisage visuel)	Montréal	5 octobre	
	Québec	19 octobre	
<i>Gérez les conflits efficacement</i>	Montréal	11 octobre	
<i>Prévenez le vol et la fraude en magasin</i>	Longueuil	27 octobre	
<i>Bâtissez votre stratégie de marchandisage</i>	Montréal	8 novembre	

- Pour ces cours, la Mutuelle de formation offre un **remboursement salarial** jusqu'à un maximum de 75 \$ par participant (ou 10 \$/h).
- Devenez membre de la **Mutuelle de formation** et profitez de prix avantageux. L'adhésion est gratuite et aucun engagement n'est requis. Visitez la rubrique Mutuelle de formation à detailquebec.com et cliquez sur Devenez membre.

Pour information ou inscription, consultez detailquebec.com ou communiquez avec Syndie Zamor au 1 888 393-0222, poste 204, ou à syndie@detailquebec.com.

Sondage

Disposez-vous d'une politique encadrant l'utilisation de vos médias sociaux? Oui Non

Répondez en ligne sur detailquebec.com.

NOTE

L'utilisation du masculin a été choisie pour des fins de lisibilité. Il inclut le féminin et ne se veut aucunement discriminatoire.



Groupes de produits issus de forêts bien gérées, de sources contrôlées et de bois ou fibres recyclés.
www.fsc.org Cert no. XXX-XXX-000
© 1996 Forest Stewardship Council

Partagez La Vitrine.
Déposez-la dans la
salle des employés
ou affichez-la sur
vos babillards!



Pour recevoir **La Vitrine**, participer aux activités de Détail Québec et plus encore, inscrivez-vous gratuitement au Réseau des détaillants!

detailquebec.com
info@detailquebec.com



Rédactrice en chef
Émilie Carle, coordonnatrice aux communications
Rédactrice
Marie-Luce Garant, conseillère aux communications

Collaborateurs
L'équipe de Détail Québec
Marielle Bouthyette, correctrice

Conception graphique
Tic Tac Communications

La Vitrine est tirée à 6 000 copies et est aussi disponible sur detailquebec.com.

Détail Québec
Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de détail
550, rue Sherbrooke Ouest, tour Ouest, bureau 590
Montréal (Québec) H3A 1B9
Téléphone : 514 393-0222
Sans frais : 1 888 393-0222
Télécopieur : 514 393-9037

Cette publication a été produite grâce à la contribution financière de la Commission des partenaires du marché du travail et avec l'appui des partenaires du commerce de détail.

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Québec et Bibliothèque nationale du Canada
ISSN 1910-1252 version imprimée
ISSN 1923-5089 version en ligne

