

La Vitrine

Nouveaux défis pour l'industrie du commerce de la mode

Le commerce de détail au Québec est actuellement en pleine révolution et cela s'explique notamment par l'avènement du commerce électronique. Les consommateurs ont changé les règles et pour répondre à leurs exigences, il est conseillé d'établir des stratégies afin de leur faire vivre d'abord et avant tout une expérience client mémorable. Dorénavant, les trois mots à retenir pour assurer aux détaillants un avenir prospère sont : personnalisation, innovation et adaptation.

En collaboration avec **Vincent Thériault**, cofondateur, Surmesur

Offrir un service personnalisé

Pour offrir un service hors du commun aux clients, il est important de disposer d'employés passionnés, imprégnés des valeurs de l'entreprise et qui participent à son rayonnement. Au niveau du recrutement, Vincent Thériault, cofondateur de Surmesur, estime que « tout est dans l'attitude du candidat. Son dynamisme et son énergie sont les premiers signaux d'intérêt. Par la suite, il est essentiel de dispenser au nouvel employé toutes les formations pertinentes reliées à son poste ». Toutefois, ça ne s'arrête pas là. Il est primordial de s'assurer que le personnel possède les compétences et les connaissances requises, de veiller à la mise en pratique des apprentissages et d'insister sur l'importance d'offrir un service personnalisé en tout temps.

Dénicher des perles rares

Il peut parfois être difficile de dénicher une main-d'œuvre qualifiée et passionnée, mais comme le rappelle monsieur Thériault, « il est



aussi important de créer une campagne de marketing pour le recrutement de ses employés que pour ses clients ». Pour attirer des candidats valables, le détaillant doit leur donner envie de travailler pour lui. Il est d'abord suggéré d'établir le profil du candidat idéal. L'utilisation des forces et des atouts du détaillant s'avère donc nécessaire. Si cette étape pose problème, celui-ci pourrait par exemple demander à ses employés actuels quels sont les avantages de travailler pour lui. Ensuite, il serait judicieux de déterminer les moyens

ou médias qui sont les plus susceptibles de rejoindre les candidats prometteurs. L'utilisation des sites de réseautage pour faire paraître les annonces est une bonne stratégie. L'idéal serait de répartir les publications sur un mois. De plus, il est conseillé de choisir un ton adapté à l'entreprise, de faire preuve d'honnêteté dans l'annonce et surtout de rester authentique.

Innover pour se démarquer

Les détaillants de la mode ainsi que ceux du commerce de détail en général font face à plusieurs défis, tels qu'une rude concurrence et un recrutement exigeant. Afin de demeurer compétitif et prospère, il est recommandé de créer une ambiance, un « lifestyle » dans tous les aspects de la marque, qui passent par les valeurs et la vision de l'entreprise. Il faut être à même de transmettre cette ambiance aux employés de plancher pour que la clientèle ressente cette passion. Une utilisation réfléchie des réseaux sociaux est également suggérée. Ces plateformes sont essentielles pour créer des liens et

(Suite page 2)



(Suite de la une)

AFIN DE DEMEURER COMPÉTITIF ET PROSPÈRE, IL EST RECOMMANDÉ DE CRÉER UNE AMBIANCE, UN « LIFESTYLE » DANS TOUS LES ASPECTS DE LA MARQUE, QUI PASSENT PAR LES VALEURS ET LA VISION DE L'ENTREPRISE.

se rapprocher des consommateurs. De plus, dans les publications, il vaut mieux raconter une histoire aux clients plutôt que de les inonder de bons de réduction. Finalement, il est avantageux de soigner son image autant sur le Web qu'en boutique, car c'est souvent la première impression qui compte et bon nombre de clients consultent d'abord les sites Internet des entreprises avant de se rendre en magasin.

Perspectives

Comme le mentionne Sylvie Bédard, stratège marketing et auteure, « l'avenir est assurément numérique et relationnel ». Les entreprises doivent s'adapter et se préparer aux nouvelles réalités pour ne pas sombrer. Celles-ci peuvent aussi utiliser les vitrines pertinentes pour se faire connaître auprès de la clientèle. Sur les

réseaux sociaux, il faut être actif et créatif. Les détaillants peuvent également participer à des concours, des événements et s'investir dans des activités philanthropiques. Toutes ces démarches procureront une visibilité positive à l'entreprise et seront bénéfiques pour celle-ci. De plus, l'implication des employés dans ces différentes actions contribuera à renforcer leur sentiment d'appartenance envers la marque. En référence à ces bonnes pratiques, les détaillants doivent mettre de l'avant leurs bons

coups et leurs accomplissements. Cette fierté se transmettra aux employés et sera appréciée de la clientèle. Finalement, selon monsieur Thériault, « le plus grand défi du secteur du commerce de détail pour l'avenir sera de se renouveler. Il sera plus que jamais important de proposer une expérience client personnalisée et positive à tous les consommateurs, car désormais, on peut tout faire en ligne. Il faudra fournir de bonnes raisons aux clients de se déplacer pour venir en boutique. » ■

Sources :

DÉTAIL QUÉBEC. *Les bonnes pratiques du recrutement en ligne*, [En ligne], 2015.

[https://www.detailquebec.com/assets/files/outils_rh/Recrutement_en_ligne_bonnes_pratiques.pdf].

DÉTAIL QUÉBEC. *Guide pratique - Comment embaucher le personnel de vente de votre commerce de détail*, [En ligne], 2001.

[https://www.detailquebec.com/assets/files/guide_embauche.pdf].

DÉJEUNER-CONFÉRENCE SUR LE LEADERSHIP



Qu'est-ce qu'un bon leader? Comment le devenir? Comment insuffler le leadership en magasin? Comment implanter une culture de responsabilisation au sein de ses équipes? Détail Québec vous offre gratuitement un déjeuner-conférence sur le thème du leadership de gestion.

Notre conférencière, madame Linda Laporte, CRHA, directrice des ressources humaines à SAIL Plein Air, vous fournira des exemples concrets pour être un meilleur gestionnaire et mobiliser vos équipes afin qu'elles soient plus performantes.

Cumulant plus de 25 années d'expérience en gestion des ressources humaines dans le commerce de détail, madame Laporte est reconnue comme leader et agente de changement.

Venez déjeuner en notre compagnie et discuter avec madame Laporte, qui vous entretiendra des meilleures pratiques en matière de leadership.

Mardi 15 mars 2016

De 7 h 30 à 10 h
HÔTEL SANDMAN
Longueuil

Mercredi 16 mars 2016

De 7 h 30 à 10 h
HÔTEL PLAZA QUÉBEC
Québec

Contactez madame Nadine Parent afin de confirmer votre présence par téléphone au 1 888 393 0222, poste 200, par télécopieur au 514 393-9037, ou par courriel à nadine@detailquebec.com, avant le 8 mars 2016. *Cette activité est réservée exclusivement aux détaillants.*

Faites vite! Les places sont limitées.



20 % de rabais à Hop! le sommet du commerce de détail 2016

Les 22 et 23 mars 2016 se tiendra l'événement annuel le plus important du secteur du commerce de détail au Québec : Hop! le sommet du commerce de détail, présenté par le Conseil québécois du commerce de détail (CQCD), au Palais des congrès de Montréal.

Détail Québec sera présent à cet événement le plus rassembleur du secteur et tiendra un stand durant les deux journées au Salon des exposants.

PROMOTION SPÉCIALE :

Les membres du réseau de Détail Québec bénéficient d'un rabais de 20 % sur le tarif en vigueur en s'inscrivant à <https://hoplesommet.eventbrite.ca/?discount=detailqc16>.

Venez vous inspirer, échanger et réseauter avec toute la communauté du secteur! Pour plus d'information : <http://sommet.cqcd.org/>.

Exemple à suivre

Redéfinir l'expérience de magasinage

Surmesur

En collaboration avec **Vincent Thériault**, cofondateur de Surmesur.

Lancée à Québec en 2010 par les deux frères Vincent et François Thériault, Surmesur propose aux hommes un concept original leur permettant de créer des vêtements, tels que des complets et des chemises, taillés selon leurs mensurations et leurs goûts. Depuis la fondation de l'entreprise, le détaillant a ouvert cinq boutiques, soit à Québec, à Montréal, à Toronto, à Ottawa et à Laval. Surmesur entend poursuivre cette lancée et continuer son expansion au cours des prochaines années.



Expériences clients

Pour se distinguer de la concurrence et susciter l'intérêt de la clientèle, Vincent Thériault estime qu'il est aussi important de proposer un service unique et personnalisé que d'offrir un produit nouveau. L'idée derrière le concept traditionnel et novateur de l'entreprise est de faire vivre une expérience de magasinage incomparable. L'implantation d'un logiciel permettant aux clients de visualiser sur un écran géant tactile le vêtement qu'ils ont eux-mêmes créé, illustre bien l'intention du détaillant de

vouloir susciter un effet WOW chez ses clients. D'ailleurs, la priorité de Surmesur est d'abord la satisfaction de ces derniers. Selon monsieur Thériault, « il faut garder à l'esprit que le bouche-à-oreille à la suite d'une expérience positive est puissant, mais ce dernier peut être dévastateur lorsqu'il s'agit d'une mauvaise expérience. Il ne faut jamais ignorer un client insatisfait. Il faut tenter de comprendre ce qui s'est passé et ne pas avoir peur d'admettre ses erreurs pour rattraper la mise. Il est capital que les clients sentent qu'ils sont importants pour nous », explique-t-il.

Formation des employés

Pour être en mesure d'offrir un service irréprochable, l'entreprise prône la formation continue et la connaissance spécialisée pour tous ses employés. Le détaillant bâtit d'ailleurs ses propres formations pour s'assurer que le personnel dispose de toutes les informations nécessaires autant sur le plan technique (tissus, coupes, mesures) que sur le plan de l'expérience client. Pour créer un sentiment d'appartenance, l'entreprise a mis en

place une plateforme Web collaborative pour tous ses employés afin d'encourager le partage et l'échange d'informations. L'idée de ce lieu de collaboration est de rassembler le personnel et de favoriser la cohésion. Cette dimension est très importante pour l'entreprise, même qu'à l'occasion du party annuel, toutes les succursales ont été fermées durant deux jours pour pouvoir réunir tous les employés. « Il est important de créer au sein des équipes des différentes succursales un sentiment d'unicité », mentionne monsieur Thériault.

Activités philanthropiques

Depuis la fondation de l'entreprise, la philanthropie fait partie intégrante de sa culture. La Cravate de la prostate, une cravate vendue durant le mois de novembre et destinée à amasser des fonds pour la recherche contre le cancer de la prostate, est l'une des initiatives de Surmesur qui témoigne de son engagement. C'est une stratégie ingénieuse de s'impliquer dans sa communauté et de promouvoir sa marque auprès de ses employés et de sa clientèle. ■

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.

Témoignages

Les étoiles du détail témoignent!


Philippe Porlier ★

 Directeur de boutique
 SURMESUR

En poste depuis moins d'un an comme directeur de boutique à Surmesur, un détaillant qui propose un concept de confection sur mesure de vêtements pour hommes, il a fallu moins de deux mois pour que Philippe Porlier passe de la fonction d'assistant directeur à celle de directeur de boutique. Grâce à ses aptitudes, à sa motivation et à son professionnalisme, son ascension a été très rapide.

Un « fit » parfait

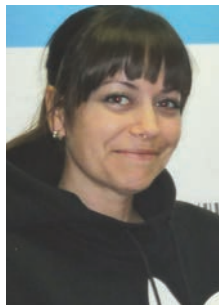
À l'image de son employeur, Philippe est dynamique et ambitieux. Il a immédiatement été attiré par cette jeune entreprise fonceuse et innovante pour laquelle il éprouve tant d'admiration. Il aspire d'ailleurs à évoluer au rythme de la compagnie. Ce directeur tire un grand plaisir de son travail sous toutes ses coutures et il l'explique principalement par son sentiment d'appartenance partagé avec son équipe passionnée.

Faire une différence

Depuis son entrée dans le secteur du commerce de détail, Philippe apprécie le sentiment d'accomplissement que son travail lui procure. « Pour certains clients, la confection de vêtements sur mesure est nécessaire, considérant leur morphologie. Pour d'autres, l'achat d'un complet est indispensable dans le cadre de leur emploi », précise-t-il. Assister et conseiller les gens lui donne la satisfaction de sentir qu'il a contribué à ce que ses clients portent des vêtements qui leur plaisent et qui les mettent en valeur. Parmi les autres avantages de son travail, il mentionne le fait d'être à proximité des gens, de rencontrer de nouvelles personnes et de se bâtir un réseau de contacts.

Un rôle stimulant

Dans le cadre de ses fonctions, Philippe planifie et dirige les activités du commerce en vue d'assurer le bon fonctionnement de la boutique. Il effectue différentes tâches qui relèvent des ressources humaines et de l'administration. À ce titre, il accompagne l'équipe au quotidien dans ses activités et veille à la bonne gestion du personnel. Surmesur est reconnue pour offrir une expérience d'achat exceptionnelle à ses clients. Nul doute que le secret de cette entreprise réside dans le fort sentiment d'appartenance et d'investissement qui anime ses employés, comme le démontre Philippe Porlier.


Émilie Quesnel ★

 Gérante de deux points de vente
 VIDÉOTRON

Émilie Quesnel œuvre dans le commerce de détail depuis qu'elle a l'âge de travailler. Qu'est-ce qui lui a fait choisir le secteur? « Je suis une extravertie. J'aime faire la conversation avec les gens, lance-t-elle. J'ai aussi beaucoup de facilité avec la vente. »

Un équilibre entre la vente et la gestion

Ses 20 années d'expérience dans le commerce de détail lui ont permis d'acquérir de plus en plus de responsabilités, jusqu'à accéder au poste de gérante à Vidéotron, qu'elle occupe depuis cinq ans. « J'adore interagir avec la clientèle et être sur le plancher, dit-elle, mais avec les années, j'ai également besoin d'effectuer des tâches de gestion pour m'accomplir »

Des défis stimulants à relever

Passionnée par le contact avec les clients, elle est stimulée par la résolution de problèmes. « Je me fais une mission de donner satisfaction à ceux qui visitent notre boutique et de faire de la rétention avec les clients insatisfaits, explique-t-elle. Quand il est question de traiter une plainte, je m'assure que la personne repart avec le sourire. Une fois, un client est même revenu me porter un café pour me remercier d'avoir résolu son problème; c'est tellement gratifiant! »

Gagnante de l'iPad mini 4

Émilie Quesnel est l'heureuse gagnante de l'iPad mini 4 que Détail Québec a fait tirer en décembre dernier dans le cadre de son sondage destiné aux travailleurs du commerce de détail. Ce sondage visait à recueillir de l'information sur les besoins de formation et les éléments de satisfaction des travailleurs du secteur. Les résultats de ce sondage Web ainsi que toutes les données du Diagnostic sectoriel de la main-d'œuvre du commerce de détail 2016-2019 seront diffusés ce printemps. Surveillez le prochain numéro de *La Vitrine* ainsi que detailquebec.com pour ne rien manquer! Félicitations, Émilie, et merci à tous d'avoir participé!

POSTE D'ACHETEUR/ACHETEUSE



detailquebec.com

DÉFINITION

Les acheteurs acquièrent des marchandises pour la revente dans un commerce de détail et sont généralement responsables des activités commerciales de ces établissements. Leur rôle vise avant tout à négocier les meilleurs tarifs et délais de vente, ainsi qu'à assurer la qualité des produits pour l'entreprise.

DESCRIPTION DES TÂCHES

Les acheteurs des commerces de détail exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes.

- Acheter des marchandises pour la revente dans un commerce de détail;
- Examiner les besoins du commerce et déterminer la quantité et le type de produits à acheter;
- Définir et implanter des stratégies d'approvisionnement efficaces et efficientes;
- Rencontrer les fournisseurs, négocier les prix, les escomptes, les modalités de crédit et le transport des marchandises;
- Organiser et superviser la distribution des marchandises aux points de vente et maintenir des stocks adéquats;
- Entretenir des relations d'affaires avec les fournisseurs actuels;
- Rechercher, analyser et qualifier les sources d'approvisionnement les plus compétitives;
- Maintenir à jour l'information sur les fournisseurs de services (certificats et tarifs).

N.B. : Les acheteurs des commerces de détail peuvent se spécialiser dans une gamme de marchandises en particulier.

PROFIL DU CANDIDAT

- Diplôme d'études collégiales (DEC) en gestion de commerces ou en commercialisation de la mode (pour les sous-secteurs liés à la mode);
- Certificat ou baccalauréat en administration des affaires ou dans une discipline connexe;
- Expérience dans le secteur du commerce de détail habituellement exigée;
- Capacité à travailler en réseau;
- Forte habileté en négociation;
- Disponibilité pour des déplacements;
- Maîtrise de plusieurs langues, un atout (français, anglais, espagnol, mandarin, etc.);
- Disponibilité à travailler les jours, soirs et fins de semaine.

SALAIRE HORAIRE

Minimum : 12,00 \$

Médian : 19,23 \$

Maximum : 30,77 \$

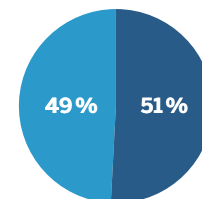
AUTRES APPELLATIONS D'EMPLOI

- Approvisionneur/approvisionneuse
- Gérant/gérante des achats
- Responsable des achats

QUELQUES STATISTIQUES

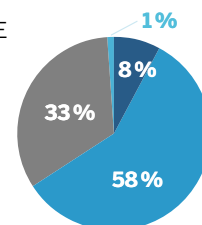
RÉPARTITION DE L'EMPLOI SELON LE SEXE

- Hommes
- Femmes



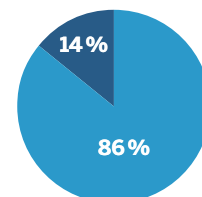
RÉPARTITION DE L'EMPLOI SELON LE GROUPE D'ÂGE

- 15 - 24 ans
- 25 - 44 ans
- 45 - 64 ans
- 65 ans et plus



RÉPARTITION DE L'EMPLOI SELON LE STATUT

- Temps plein
- Temps partiel



DÉTAIL QUÉBEC A DÉVELOPPÉ 6 FICHES EMPLOI POUR LES PROFESSIONS DE CONSEILLER-VENDEUR, CAISSIER, SUPERVISEUR DE PREMIER NIVEAU, ÉTAGAGISTE, MANUTENTIONNAIRE ET ACHETEUR.

Consultez-les sur detailquebec.com.



Ateliers de formation pour les jardinerie

Détailants du secteur de la jardinerie, vous désirez améliorer les performances de votre commerce en vue de la période estivale? Détail Québec, en collaboration avec HortiCompétences et l'Association québécoise de commercialisation en horticulture ornementale (AQCHO) vous offre deux ateliers de formation exclusive au secteur de la jardinerie : *Augmentez le panier moyen de vos clients* et *Optimisez la rentabilité de votre espace en jardinerie*. Ces deux ateliers présentés par des experts du commerce de détail se tiendront notamment à Lévis, à Drummondville et à Laval. Joignez-vous à nous et inscrivez-vous directement en ligne à detailquebec.com.

Garantie supplémentaire : trois nouveaux outils pour aider les détaillants

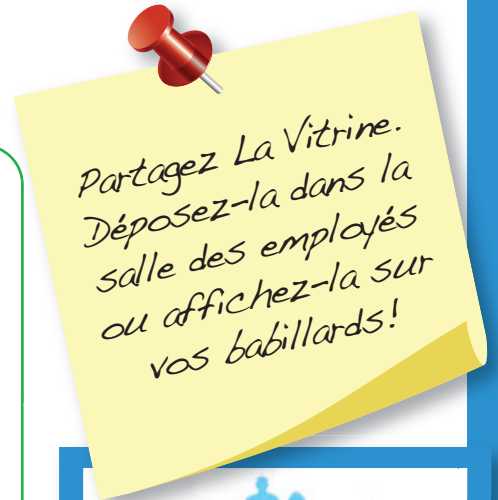


L'Office de la protection du consommateur (OPC) a préparé de nouveaux outils conçus avec la collaboration de Détail Québec pour aider les détaillants qui proposent à leurs clients d'acheter des garanties supplémentaires :

- 1 **webinaires** sur les obligations des commerçants qui offrent des garanties supplémentaires à leurs clients, d'une durée de 30 à 40 minutes, qui s'adressent à toute personne qui joue un rôle de supervision auprès des employés;
- 2 **formation en ligne** de 15 minutes pour le personnel;
- 3 **aide-mémoire** portant sur les garanties supplémentaires. Imprimez-le pour l'avoir à portée de main ou consultez-le sur votre téléphone intelligent!

Ils sont disponibles au www.opc.gouv.qc.ca/webinaire-garantie et au www.opc.gouv.qc.ca/formation-garantie. Vous pouvez communiquer avec l'OPC par courriel à communications@opc.gouv.qc.ca.

Office de la protection du consommateur
Québec



Réseau des détaillants

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, conseillère aux communications

Collaborateurs
L'équipe de Détail Québec
Marie-Luce Garant, stagiaire aux communications

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'oeuvre 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

Commission des partenaires du marché du travail
Québec



À LIRE CE PRINTEMPS DANS

La Vitrine

Dévoilement des résultats du Diagnostic sectoriel de la main-d'œuvre du commerce de détail 2016-2019

- ▶ 500 employeurs et 462 travailleurs sondés
- ▶ Trois groupes de discussion avec des employeurs et des experts du commerce électronique
- ▶ Statistiques, commerce électronique, tendances, mobilisation, recrutement, formation, etc.



NOTE

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

