

AUBAINERIE : un fleuron en plein essor

Entrevue avec

Chantal Glenisson, présidente-directrice générale de Aubainerie

AUBAINERIE NUMÉRIQUE

Aubainerie est présente sur la majorité des réseaux sociaux où elle peut compter sur une communauté importante, notamment sur Facebook et Instagram. Pour y arriver, l'entreprise a analysé les différents segments de consommateurs qui composent sa clientèle afin de déterminer les meilleurs canaux pour les rejoindre. Elle dispose également d'un site transactionnel depuis 2016. M^{me} Glenisson est catégorique : selon elle, une combinaison du marketing traditionnel, du marketing numérique et des réseaux sociaux est primordiale.

« On sait qu'il faut être présent en ligne et malgré tout, certains détaillants n'en voient pas l'importance. Je crois qu'ils ont tort. Le Web ne remplacera pas la brique et le mortier, mais je crois que c'est une vitrine d'affaires dont il ne faut absolument plus se passer! Le pourcentage de notre clientèle qui magasine en ligne augmente sans cesse. »

(Suite page 2)



AUBAINERIE

AUBAINERIE

DEPUIS ♣ 1944

Le commerce en ligne n'en demeure pas moins un grand défi : « En ligne, l'expérience client doit être impeccable, puisqu'il n'y a pas de contact humain, souligne M^{me} Glenisson. Si on fait un bon travail, ça va inciter des clients à entrer dans nos magasins. » D'ailleurs, Aubainerie est en pleine refonte de sa stratégie Web.



131 491
mentions J'AI ME
sur Facebook



13 956
abonnés
sur Instagram

HISTORIQUE DE AUBAINERIE

C'est en 1944, en Mauricie, que s'ouvre le premier magasin de la chaîne, sous le nom de L'Économie. Au cours des années suivantes, d'autres succursales voient le jour, dirigées par des membres d'une même famille. En 1997, la chaîne adopte le nom L'Aubainerie et se dote d'une orientation résolument mode, davantage

axée sur les nouvelles tendances, tout en maintenant des prix abordables. Chef de file québécois de la mode branchée pour toute la famille, Aubainerie est déterminée à offrir le meilleur rapport qualité-prix. Avec 57 magasins dans toutes les grandes villes de la province, elle emploie aujourd'hui plus de 2 500 personnes.

LE COMMERCE DE DÉTAIL : UN SECTEUR DE CARRIÈRES

La passion de Chantal Glenisson s'est révélée alors qu'elle occupait son premier emploi de caissière pendant ses études. Elle y a découvert un secteur aux multiples possibilités de carrière. « Chaque fois qu'on me proposait de travailler dans un autre département ou d'occuper un nouveau poste, je plongeais avec joie dans tous ces défis, confie-t-elle. J'ai énormément appris grâce à toutes ces expériences et c'est ce qui m'a permis de gravir les échelons et qui m'a amenée jusqu'à mon poste actuel. Les gens pensent parfois à tort qu'il n'y a pas de carrière dans le commerce de détail. Je pense que je suis un bon exemple que c'est possible. Plusieurs vice-présidents dans le département des achats au siège social ont également commencé sur le plancher de vente de l'un de nos magasins. Ce sont de très beaux cheminements! »

LA GESTION DES TALENTS : UNE PRIORITÉ

Chez Aubainerie, une grande importance est accordée à la gestion des talents : « On en fait une priorité, explique M^{me} Glenisson. Au siège social, tous les vice-présidents complètent une grille de gestion des talents afin d'avoir une vision d'ensemble et de réaliser des plans de développement adaptés à nos employés pour les faire grandir. La plus belle récompense des gestionnaires, c'est quand ils ont tellement bien développé les compétences de leurs employés que ceux-ci grandissent dans l'entreprise. Nos talents, c'est notre richesse. Il faut leur démontrer qu'on a un intérêt envers eux et les inciter à se développer et à aller plus loin. C'est notre devoir en tant qu'employeur et c'est également bénéfique pour l'entreprise. »

UN GRAND PROJET POUR 2018

Fière de son succès depuis plus de 70 ans, Aubainerie planche sur un projet ambitieux : elle percera le marché ontarien en 2018. « Ce sera la première fois qu'on ouvrira un magasin à l'extérieur des frontières du Québec et ça nous rend bien fiers! », conclut Chantal Glenisson.

DÉJEUNER-CONFÉRENCE

Inscrivez-vous dès maintenant au deuxième volet de notre conférence sur le numérique présentée en collaboration avec le Conseil québécois du commerce de détail et Saint-Hyacinthe Technopole.

Cette invitation est exclusive aux détaillants et est valide pour 2 personnes.

Confirmez votre présence au 1 888 393-0222, poste 200 ou par courriel à info@detailquebec.com

EMBARQUEZ DANS LA RÉVOLUTION

NUMÉRIQUE

27 FÉVRIER 2018 - 7H30 À 9H30
CENTRE DES CONGRÈS - SAINT-HYACINTHE

ANDRÉ GAGNÉ - SWAT FACTORY

En collaboration avec



SOYEZ DU VIRAGE!

Faites partie du programme d'accompagnement personnalisé pour vendre en ligne.

Le Conseil québécois du commerce du détail (CQCD), en collaboration avec le ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation du Québec, propose un audacieux programme visant la migration de 1325 détaillants vers la vente en ligne transactionnelle. Ce projet adapté à la réalité des PME est réalisé avec les instances économiques locales : les municipalités, les chambres de commerce, les sociétés de développement commercial (SDC) et les associations sectorielles.

Le projet s'adresse aux entreprises du commerce de détail qui ont moins de 50 employés et qui désirent ouvrir une boutique en ligne ou optimiser une boutique déjà existante. Cette intervention, qui représente l'équivalent de cinq jours d'accompagnement et de formation, est gratuite pour le détaillant participant.

EN QUOI CONSISTE LE PROGRAMME?

L'accompagnement offert par le CQCD a pour but d'aider le détaillant dans sa migration ou son optimisation numérique. Le programme comprend :

- l'assignation d'un conseiller en transformation numérique d'expérience et neutre;
- l'équivalent de 10 heures en temps de consultation dans son commerce afin d'établir un diagnostic d'affaires et numérique ainsi qu'un plan d'action simple, orienté sur des solutions concrètes;
- l'équivalent de 10 heures en temps de consultation pour l'accompagner dans la mise en œuvre de son plan d'action (p. ex. un site transactionnel, une stratégie pour les médias sociaux, l'optimisation du référencement, un marketing numérique, etc.).



La commercialisation d'une boutique en ligne est un grand défi! C'est pourquoi le CQCD s'est associé au Cégep André-Laurendeau et à la Fédération des cégeps pour la conception d'une formation d'une journée et demie en commercialisation électronique offerte dans un établissement collégial à proximité des détaillants participants.

L'accompagnement et la formation : gratuits pour le détaillant!

Le détaillant doit être prêt à payer le fournisseur de services choisi pour sa solution. Aucune subvention directe n'est associée au programme. De plus, ouvrir une boutique en ligne nécessite un investissement appréciable et continu de temps.

QUEL EST LE RÔLE DU CONSEILLER?

Votre conseiller en transformation numérique ajoute aux conditions de succès de votre projet numérique :

- Il définira avec vous les meilleures stratégies à mettre en place.
- Il éclairera les décisions que vous aurez à prendre.
- Il aidera concrètement la réalisation de votre projet numérique.

QUELS SONT LES AVANTAGES DU PROGRAMME?

- Un encadrement offert par un organisme neutre qui ne vend pas de solution.
- Un premier pas structuré et organisé vers la vente en ligne transactionnelle.
- Un contexte unique pour permettre aux plus petits détaillants de s'appropriier les nouvelles technologies.

COMMENT ÊTRE SÉLECTIONNÉ?

En résumé, les critères de sélection sont les suivants :

- avoir de bonnes assises d'affaires, un bon potentiel de croissance grâce au numérique, et se distinguer;
- être motivé à investir le temps et les énergies nécessaires à son virage;
- disposer des ressources financières nécessaires pour payer sa solution et les services requis.

Le Conseil québécois du commerce de détail collabore avec les instances économiques comme les municipalités, les chambres de commerce, les sociétés de développement ou encore les associations sectorielles pour l'analyse des dossiers.

Vous voulez vendre en ligne? Vous êtes prêt à y mettre les efforts requis en argent et en temps? Vous ne savez pas par où commencer?

Vous êtes un excellent candidat pour le programme!

VOUS VOULEZ ENTREPRENDRE VOTRE VIRAGE EN LIGNE? POSEZ VOTRE CANDIDATURE!

Soumettez votre candidature sur le site www.leviragenumerique.com

Lorsque vous aurez rempli le formulaire de participation, le CQCD communiquera avec vous afin de vérifier votre admissibilité et de planifier avec vous les premières étapes.

Pour plus d'informations : cqcd@cqcd.org



FOLIA
DESIGN
LA BOUTIQUE

Entrevue avec

Marc Champoux,
copropriétaire, Folia Design

Folia Design a officiellement vu le jour en 1991 lorsque la fondatrice Christine Desmarais a senti le besoin de créer sa propre entreprise et de travailler au croisement du design et de la nature. L'entreprise basée à Québec est fière de compter dans son équipe une vingtaine de professionnels passionnés et spécialisés en horticulture ou en design végétal. Folia Design s'est lancée dans le commerce de détail en décembre 2016 et dans le commerce électronique tout récemment.

C'est dans les médias que Folia Design a entendu parler du programme *Virage numérique* piloté par le Conseil québécois du commerce de détail. « Le commerce de détail est un nouveau créneau pour nous et nous faisons nos premiers pas dans le commerce en ligne, explique Marc Champoux, copropriétaire de Folia Design. En participant au projet, nous voulions recevoir les services-conseils d'un expert externe, être accompagnés dans certaines étapes et avoir des réponses à nos questions. »

L'équipe de Folia Design peut bénéficier d'un accompagnement sur mesure : « Nous avons une banque d'heures que nous pouvons utiliser selon nos besoins, ajoute M. Champoux. Valérie, notre personne-ressource dans ce projet, a une bonne expérience et une vision à 360 degrés du commerce de détail. Ça nous permet de nous dépasser et d'aller au-delà des connaissances des membres de notre équipe. »

Le virage numérique est un passage obligé, poursuit Marc Champoux. « C'est certain qu'il faut y mettre du temps et sortir de notre zone de confort. Que tu veuilles que ton commerce électronique soit une vitrine pour ton entreprise ou que tu souhaites atteindre un objectif de vente, le commerce en ligne est essentiel pour la survie des entreprises à long terme. »



9 642
mentions J'AIME
sur Facebook



8 073
abonnés
sur Instagram



AU BAL
MASQUÉ

Entrevue avec

Janie St-Pierre,
copropriétaire, Au Bal Masqué

La boutique Au Bal Masqué est présente depuis dix ans dans l'arrondissement de Lachine à Montréal et a beaucoup évolué au fil du temps. D'abord friperie avec location de costumes, Au Bal Masqué se spécialise maintenant dans tout ce qui est festif : cadeaux, bonbons, articles de fête, ballons à l'hélium, déguisements, jouets et cartes de souhaits.

Les deux propriétaires de l'entreprise ont choisi de participer au projet *Virage numérique* du Conseil québécois du commerce de détail après en avoir entendu parler par la Chambre de commerce du Sud-Ouest de Montréal. « Pour l'instant, nous avons un site Web statique qui présente l'entreprise et une page Facebook suivie par plus de 1700 personnes, explique Janie St-Pierre, copropriétaire de la boutique. Notre objectif consiste à lancer notre site transactionnel d'ici les Fêtes et c'est pourquoi nous avons pris part au projet. »

Jusqu'à présent, les deux entrepreneures ont participé à deux rencontres avec un conseiller expérimenté avec qui elles ont établi un diagnostic de la situation numérique de leur entreprise ainsi qu'un plan d'action afin d'atteindre leurs objectifs. « On nous a proposé différentes plateformes Web pour notre site transactionnel, expose la copropriétaire. Les plateformes présentées sont plutôt clé en main. C'est super accessible de faire le saut vers le transactionnel. Il ne nous reste qu'à déterminer laquelle de ces plateformes répond le mieux à nos besoins et à commencer à bâtir notre site. »

Elles disposeront ensuite d'une quinzaine d'heures de coaching et d'accompagnement. « Nous sommes vraiment satisfaites de notre participation, assure M^{me} St-Pierre. Nous avons beaucoup appris sur la vente sur le Web et sur Facebook. Les interventions de notre conseiller sont bien vulgarisées, il répond bien à nos questions, il est enthousiaste et on sent qu'il est un expert en la matière! »



1 715
mentions J'AIME
sur Facebook

DES ATELIERS CONÇUS À PARTIR DES ENJEUX DU COMMERCE DE DÉTAIL !

L'art de la vente

Perfectionnez vos techniques de vente

 20 février 2018
 Montréal

Passez à l'action avec une équipe mobilisée

Développez vos habiletés de leadership

 28 février 2018  18 avril 2018
 Montréal  Longueuil

Maîtrisez les techniques de merchandising visuel

Utilisez les techniques les plus efficaces

 14 mars 2018
 Montréal

Prévenez et réduisez le vol et la fraude en magasin

Mettez en place les mesures de prévention les plus fiables

 28 mars 2018
 Montréal

Optimisez votre expérience client

Créez l'effet wow!

 19 avril 2018
 Québec



CÉLÉBREZ LE 20^{ÈME} ANNIVERSAIRE DE DÉTAIL QUÉBEC AVEC NOUS!

Inscrivez-vous avant le **20 février 2018** et obtenez

20% de rabais

sur toutes nos formations.

COÛT

235 \$ + taxes par participant
(250 \$ + taxes pour les non-membres)
(cahier de formation, repas du midi et attestation inclus)

Le salaire des participants sera remboursé jusqu'à un maximum* de 75 \$ par personne.

*Calculé à partir du salaire horaire du participant.

INSCRIPTION

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

Devenez membre de la Mutuelle de formation et profitez de prix avantageux. L'adhésion est gratuite et aucun engagement n'est requis.



PROGRAMME DE CERTIFICATION POUR VENDEURS ET SUPERVISEURS

- Formule améliorée
- Clé en main
- Évaluation par un client mystère et entrevue de moins d'une heure
- Gratuit

Information : contactez Nadine Parent au (514) ou (888) 393-0222 #200 ou à nadine@detailquebec.com.

Programme SAQ-HEC Montréal en commerce de détail

Le programme SAQ-HEC Montréal en commerce de détail sera offert pour une neuvième année, à compter de janvier 2018.

D'ailleurs, dans le cadre de ce programme, Patricia Lapierre, directrice générale de Détail Québec, et Manuel Champagne, directeur adjoint, présenteront un atelier sur la gestion des ressources humaines.

Ce programme intensif de formation s'adresse aux gestionnaires et aux propriétaires-détaillants. Il vise à améliorer les connaissances et les habiletés des gestionnaires en commerce de détail afin de les aider à mieux assurer la rentabilité de leur entreprise et à mieux adapter leurs pratiques à l'évolution de leur environnement d'affaires.

Pour en savoir plus, consultez le hec.ca/ed, ou composez le 514 340-6001.



ENQUÊTE DE RÉMUNÉRATION GLOBALE DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL

Un outil de référence indispensable pour déterminer votre stratégie de rémunération globale

- Plus de 2 000 commerces visant 55 000 travailleurs représentés dans l'enquête
- 15 principaux emplois repères du commerce
- Données ventilées par principaux sous-secteurs, régions administratives et tailles d'entreprises

La SEULE enquête de rémunération du commerce de détail.

Disponible au coût de 300\$ 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.

RÉSEAU des détaillants

Pour recevoir le *Magazine Détail Québec*, 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

Collaborateurs

L'équipe de Détail Québec
Émilie Pelletier, réviseure

Conception graphique

Tic Tac Communications

NOVEMBRE 2017

Le Magazine Détail Québec est tirée à 6 500 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

Commission
des partenaires
du marché du travail

Québec

