

# BUSINESS CASE

## DEVELOPPEMENT COMMERCIAL - Tourisme

### Spring Harvest - Mars à Octobre 2013

#### 1 Contexte stratégique / Problématique de l'entreprise

- Repositionnement commercial
- Volonté de trouver une nouvelle orientation pour la gestion des commerces : Bar, snack, supérette, salon de thé, librairie, souvenirs
- Lancement d'un nouveau concept de restauration
- Fidélisation client

#### 2 Analyse et préconisations

- Audit de l'existant
  - . Méthode In-Out-In
- Etude de marché
  - . En France
  - . Au sein d'un centre de vacances 4\* en Angleterre (Env. 6.000 clients sur site)
- Définition d'un plan d'actions pour chaque commerce
- Implication des équipes pour chaque commerce et organisation du travail par compétences
- Mise en place des solutions
- Analyse financière de chaque commerce
- Actions correctrices tout au long de la saison selon les données des indicateurs de performance

#### 3 Résultats

- Choix de fournisseurs impliqués dans une démarche de partenariat «gagnant-gagnant»
- Stratégie d'achat performante et efficace
- Réduction des coûts par la mutualisation des ressources entre les commerces et une meilleure gestion des stocks
- Choix d'une gamme de produits pertinents
- Lancement réussi du nouveau concept
- Embauche et management d'une équipe de 15 équipiers impliqués
- Des résultats satisfaisants dès la première saison
- HandOver réussi auprès du PDG pour la constitution d'une équipe performante pour les saisons futures