

PROYECTO INNOCOMMERCE

INFORMATION BASIQUE – PROJETS PILOTE

Nom
In ² commerce Bruxelles
Objectifs :
<p>Le projet vise à identifier les besoins en matière de formation et d'innovation de deux groupes cibles de commerçants bruxellois :</p> <ul style="list-style-type: none"> -le commerce spécialisé : des maisons traditionnelles installées depuis parfois plusieurs générations et qui éprouvent des difficultés à s'adapter, à être reprises ou à se positionner dans un secteur de la distribution de plus en plus concurrentiel. -le commerce allochtone : des commerçants d'une nouvelle génération, dynamiques mais peu professionnalisés.
Brève description: description du territoire, actions prévus et principales bénéficiaires
<p>Sur base des travaux des composantes 1 et 2, il s'agira de déterminer les besoins spécifiques des commerçants cibles (commerce traditionnel ancien et commerce allochtone) en matière de formation et d'adaptation au marché (études de marché sectorielles, comportement du consommateur, stratégies gagnantes, scénari de reconquête, etc.). L'objectif principal est d'élaborer des outils simples, mis à jour régulièrement, adaptés aux publics cibles et diffusés largement pour permettre aux entreprises de s'adapter en disposant des formations utiles, à la carte et adaptées à leurs besoins.</p>
Aspect innovant
<p>Les groupes cibles sont généralement peu concernés par l'innovation contrairement aux grandes enseignes.</p>
Calendrier bimestriel des actions
<ol style="list-style-type: none"> 1. analyser, sur base des premières avancées de la composante 1 et 2, les besoins en formation spécifiques aux secteurs cibles présents parmi notre réseau bruxellois de 5.000 commerces 2. analyser les stratégies des enseignes les plus dynamiques 3. cibler quelques besoins récurrents et déterminer les sources potentielles pour y répondre (ressources internes et expertises externes). 4. établir des réponses adéquates en se basant sur les outils en place (<i>OliGo</i>) pour développer un réseau de formation et d'information <ol style="list-style-type: none"> 4.1. via le un développement d'un Intranet 4.2. via l'impression de fiches techniques
Budget total
<p>personnel</p> <p style="text-align: right;">24.000,00</p>

frais administratifs	1.000,00
expertise externe	4.000,00
voyages et hébergement	15.000,00
réunions et séminaires	3.000,00
frais promotionnels	2.000,00
autre	2.000,00
Total:	51.000,00

Planification financière bimestriel

Indicateurs de réalisation (exemples)

Nombre de commerçants interrogés
 Résultats des enquêtes

Indicateurs de résultat

Les résultats seront mesurés quantitativement via les statistiques de fréquentation du site Internet et qualitativement via un sondage auprès des commerçants bénéficiaires.