

## LA MAISON LAVANDE : UNE HISTOIRE DE PASSION

### Entrevue avec

**Florence Ferron**, directrice des communications et du marketing, et **Caroline Desautels**, directrice des ressources humaines et de l'administration.

### HISTORIQUE

La Maison Lavande est née dans le cœur de Nancie Ferron et de Daniel Joannette à la suite d'un voyage d'amoureux en Provence. Déjà propriétaire d'une terre agricole, le couple cherchait un projet auquel il pourrait se consacrer à deux. C'est ainsi qu'en 2009, La Maison Lavande ouvrait ses portes, unissant les passions de ses propriétaires pour l'agriculture et pour la parfumerie. Aujourd'hui, l'entreprise offre ses produits pour le corps, pour le bain et pour la maison dans ses cinq boutiques et sur sa boutique en ligne. La maison mère de Saint-Eustache accueille le public au cœur de ses champs de lavande. Les visiteurs peuvent y profiter des aires de pique-nique, d'un bistro, d'une boutique gourmande, d'une terrasse, de sentiers de marche et d'activités qui animent le site paradisiaque.

### UNE HISTOIRE DE CONSEILS

L'entreprise a choisi d'ouvrir ses propres boutiques plutôt que de compter sur un réseau de distribution. « Nos employées sont des conseillères avant tout, explique Florence Ferron. Nous fabriquons nos

(Suite page 2)



Les fondateurs Nancie Ferron et Daniel Joannette avec leurs filles Florence Ferron et Marjolaine Ferron.



propres produits, alors nous sommes persuadés que nous sommes les meilleures personnes pour les présenter et les vendre. Il y a une histoire et une raison d'être derrière chaque produit.» À La Maison Lavande, les employées sont invitées à tisser des liens avec la clientèle pour mieux cerner ses besoins. « On dit souvent à la blague qu'une bonne conseillère connaît même le nom du chien du client, ajoute-t-elle. Il faut être à l'écoute. Plusieurs de nos produits ont vu le jour à la suite de commentaires ou de suggestions de clients que nos conseillères nous ont rapportés. Le contact direct avec notre clientèle, c'est précieux ! »

Pour reproduire ce modèle, il faut suffisamment de personnel en place pour répondre adéquatement à tous les clients et recueillir leur satisfaction. « C'est certain que cela représente un défi sur le plan des coûts de la main-d'œuvre, poursuit Caroline Desautels, mais c'est de cette manière qu'on s'assure de demeurer en mode amélioration continue. » La propriétaire, Nancie Ferron se déplace aussi fréquemment que possible dans ses boutiques à travers le Québec pour rencontrer les conseillères et prendre le pouls de la clientèle.

### UNE COMMUNAUTÉ FIDÈLE

Le caractère saisonnier de La Maison Lavande peut apporter son lot de défis de recrutement. Heureusement, l'entreprise, qui fête cette année son 10<sup>e</sup> anniversaire, peut compter sur une communauté de clients fidèles qui sont très attachés à la marque. « Les réseaux sociaux nous apportent une belle visibilité, souligne Caroline Desautels. Nos contenus sur les réseaux sociaux attirent aussi les candidatures. Les champs de lavande sont magnifiques et nous nous efforçons d'offrir nos produits dans de jolis emballages, et les gens veulent travailler dans un bel environnement. On sent que c'est plus facile sur le plan du recrutement depuis quelques années. »

La Maison Lavande reçoit des candidatures tout au long de l'année, même lorsqu'aucun poste n'est affiché.



Caroline Desautels et Florence Ferron.

« Cela nous permet de bénéficier d'une banque de candidats lorsque vient le temps de recruter pour de nouvelles boutiques, confie Caroline Desautels. Nous aimons créer un engouement en ne révélant l'ouverture de nos boutiques éphémères qu'à la toute dernière minute. En n'affichant pas ces postes sur nos plateformes, on n'ébruie pas le secret et on préserve l'effet de surprise pour la clientèle. »

### UNE HISTOIRE DE FAMILLE

La Maison Lavande, c'est d'abord et avant tout une histoire de famille. Florence Ferron est la fille des propriétaires et agit à titre de directrice des communications et du marketing. Sa sœur, Marjolaine, est également impliquée dans les communications de l'entreprise familiale. Florence et Caroline Desautels, la directrice des ressources humaines, sont amies depuis le secondaire et travaillent ensemble depuis maintenant six ans. Leurs cousins, tantes, grands-parents et amis font aussi partie du personnel ou viennent donner un coup de main lorsque nécessaire. « Nos employées sont nos ambassadrices, confie Caroline. Leur emploi n'est pas qu'un simple gagne-pain. Elles sont réellement passionnées par leur travail. Elles en parlent à leur entourage et ce n'est pas rare que les sœurs et les amies de nos employées veuillent aussi venir travailler pour nous et, ainsi, la famille s'agrandit. » Sa collègue Florence renchérit : « Je crois que nous devons une grande partie de notre succès à la passion que nous portons à notre travail. Si nous n'y mettions pas autant de passion, cela se refléterait dans nos produits et dans notre service. Notre entreprise, c'est une histoire de famille, pour vrai ! »



Des employées à la boutique de Saint-Eustache.



Entrevue avec

**Emmanuelle Bellerose**  
Gérante de La Maison Lavande,  
à Place de la Cité

### Depuis quand travaillez-vous à La Maison Lavande ?

Mon intérêt pour la lavande m'a fait découvrir cette entreprise qui m'a embauchée en 2016 comme gérante à la boutique de Québec. J'ai travaillé dans cette boutique pendant environ un an et demi. Par la suite, la boutique a dû être fermée puisque le centre commercial effectuait des rénovations. Heureusement, la directrice des ressources humaines m'a rappelée plusieurs mois plus tard quand l'entreprise a déménagé la boutique au centre commercial Place de la Cité, à Québec. J'ai alors pu reprendre mon poste de gérante.

### Qu'est-ce qui vous a motivée à revenir à La Maison Lavande ?

La Maison Lavande met tout en œuvre pour recréer une ambiance familiale dans ses boutiques. Je travaille dans le commerce de détail depuis 10 ans et je n'ai pas trouvé cette atmosphère ailleurs. Lorsque j'ai su que la majorité des membres de l'équipe de la Place Laurier revenaient à la boutique de la Place de la Cité, j'étais plus que convaincue. Je retrouvais une famille. Je ne pouvais pas refuser cette occasion. Quand ça vibre à l'intérieur de toi, tu sais que tu fais le bon choix.

### Qu'est-ce qui vous plaît le plus à La Maison Lavande ?

C'est formidable de travailler à La Maison Lavande. C'est une entreprise qui laisse la place à ses employés pour améliorer continuellement les produits et le service. Nos idées sont toujours les bienvenues. Mes tâches de gérante m'amènent aussi à faire de l'embauche. C'est fascinant de constater que les personnes qui postulent à La Maison Lavande sont déjà conquises par la marque et souhaitent vraiment obtenir l'emploi. L'entreprise est très présente sur les réseaux sociaux et il y a un grand sentiment d'appartenance parmi les adeptes de la marque. Quand on les embauche, les employées sont vraiment heureuses de faire partie de la famille.



Entrevue avec

**Joanie Gagné**  
Responsable comptabilité  
et commandes

### Qu'est-ce qui vous a amenée à travailler à La Maison Lavande ?

Quand j'ai eu mon premier enfant, j'ai eu envie de me réorienter vers une carrière où les horaires seraient davantage compatibles avec ma réalité familiale. Mon emploi précédent en gestion hôtelière m'avait permis de développer des compétences ainsi qu'un fort intérêt pour la comptabilité. J'ai postulé et j'ai été embauchée à La Maison Lavande au poste de commis-comptable, il y a quatre ans. C'était un poste nouvellement créé puisque, auparavant, la comptabilité était confiée à l'externe. Aujourd'hui, je suis responsable de la comptabilité. J'effectue le cycle comptable complet ainsi que les commandes de stocks pour la production de notre marchandise.

### Qu'est-ce qui vous plaît particulièrement à La Maison Lavande ?

À La Maison Lavande, on n'est pas seulement des employés, mais des personnes. Je suis une maman de trois enfants et je bénéficie d'une grande souplesse lorsqu'il s'agit de m'absenter pour des rendez-vous ou lorsque mes enfants sont malades. Mes employeurs sont vraiment à l'écoute de nos besoins. De plus, nos suggestions et nos idées sont prises en considération. C'est très valorisant! La Maison Lavande est aussi une PME en pleine croissance, alors mon poste se transforme constamment, ce qui est très stimulant.

### Quels sont vos projets pour l'avenir ?

Parallèlement à mon emploi, je poursuis des études au baccalauréat en comptabilité. J'ai la chance de pouvoir compter sur la flexibilité de mes employeurs, qui me permettent de consacrer une journée par semaine à mes études. Je n'ai pas l'intention de quitter mon emploi une fois que j'aurai obtenu mon diplôme. Au contraire! J'ai bon espoir que La Maison Lavande va poursuivre sa croissance et que d'ici quelques années, il sera nécessaire d'avoir un comptable agréé au sein même de l'organisation. Je n'ai pas l'intention de quitter, je suis vraiment bien à La Maison Lavande et je suis très attachée à l'entreprise.

# 10 tendances à surveiller en 2019 dans le commerce de détail

Le Magazine Détail Québec a relevé pour vous les 10 tendances qui transformeront le commerce de détail cette année.

## 1 Plus de transactions sur les mobiles.

Cela signifie qu'il faut adapter l'expérience d'achat aux appareils mobiles. Pas moins de 70 % de l'achalandage des sites de commerce électronique provient des mobiles. Il ne faut pas faire attendre le consommateur plus de 10 secondes avant que le page se télécharge. Les détaillants qui ne suivent pas le mouvement risquent de perdre une grande part de leur marché.

## 6 Des consommateurs plus conscientisés.

L'environnement et le développement durable préoccupent davantage les consommateurs, qui posent plus de questions avant de faire un achat. Certains commerces ont fait les manchettes parce qu'ils jetaient leurs stocks invendus aux ordures. Le suremballage préoccupe également les consommateurs et certains souhaitent apporter leurs propres contenants. On retire les sacs de plastique et les pailles.

## 2 Des nouveaux modes de paiement.

Il est désormais possible de payer sans sortir son portefeuille grâce au paiement au contact du téléphone ou avec les empreintes digitales.

## 7 Plus de place aux artisans locaux.

Certains commerces intègrent maintenant des espaces *pop-up* pour soutenir les designers et les artisans locaux. C'est le cas de Fabrique 1840, un marché en ligne sur le site de Simons, qui propose exclusivement les produits d'artisans québécois.

## 3 La taille des magasins diminue.

On voit apparaître de nouveaux modèles de magasins mieux adaptés aux réalités des centres urbains. Par exemple, La Shop BMR, une quincaillerie urbaine de 7 000 pi<sup>2</sup> en plein cœur de Griffintown, propose des produits destinés aux propriétaires de condos, nombreux dans ce quartier de Montréal.



## 8 Des décisions fondées sur les données.

Les entreprises collectent de plus en plus de données. Celles-ci constituent la base de leurs plus grandes décisions d'affaires. Les données sont essentielles pour stimuler les ventes et pour mieux comprendre les comportements des clients. Les grandes bannières les utilisent pour récompenser leurs clients fidèles et pour leur proposer des offres personnalisées.

## 4 La réalité virtuelle prend plus de place.

Un bon exemple : Sephora, avec son Sephora Virtual Artist, qui permet aux clients de télécharger leur photo et d'essayer virtuellement les produits cosmétiques avant d'en faire l'achat. Le Sephora Color iQ permet aussi de scanner sa peau pour trouver la teinte parfaite.

## 9 Des expériences personnalisées en ligne.

Les sites web recueillent aussi des données. Ainsi, des détaillants se servent des données de localisation de l'utilisateur qui visite leur site web pour proposer des produits populaires dans le même quartier ou des produits complémentaires aux derniers achats effectués sur le même ordinateur.

## 5 L'intelligence artificielle au service des détaillants.

Les détaillants utilisent de nouvelles technologies pour communiquer avec leurs clients, comme les *chatbots* et les assistants vocaux, tels que Google Home et Alexa. La voix pourrait même remplacer les écrans tactiles sous peu. L'intelligence artificielle prend de plus en plus de place dans le quotidien des gens.

## 10 Les réseaux sociaux deviennent transactionnels.

Après Facebook, Instagram Shopping permet de placer les liens des articles directement dans les publications et les *stories*.

ATELIERS  
D'UNE  
JOURNÉE\*

8 h 30 à 16 h

21 mars 2019 à Montréal

## OPTIMISEZ VOTRE EXPÉRIENCE CLIENT

Créez l'effet WOW!



Éric Robidoux, formateur

26 mars 2019 à Montréal

## PRÉVENEZ ET RÉDUISEZ LE VOL ET LA FRAUDE EN MAGASIN

Mettez en place les mesures de prévention  
les plus fiables



Paul Fancellu, formateur

5 avril 2019 à Montréal

## RECRUTEZ DANS UN CONTEXTE DE PÉNURIE DE MAIN-D'ŒUVRE

Apprenez les meilleures pratiques  
en matière d'attraction de la main-d'œuvre



Émilie Pelletier, formatrice

ATELIERS  
½  
JOURNÉE\*\*

8 h 30 à 12 h

9 avril 2019 à Montréal

## RÉPONDEZ AUX OBJECTIONS SANS PRESSION

Augmentez votre capacité de persuasion



Éric Robidoux, formateur

24 avril 2019 à Montréal

## DÉVELOPPEZ VOS HABILITÉS DE COACH

Accompagnez votre équipe vers la performance



Éric Robidoux, formateur

\*ATELIERS D'UNE JOURNÉE :  
235 \$ + taxes par participant  
(repas du midi inclus et formation admissible  
au remboursement salarial)

\*\*ATELIERS ½ JOURNÉE :  
125 \$ + taxes par participant

### INSCRIPTION

Inscription sur [detailquebec.com](http://detailquebec.com)  
ou communiquez avec Syndie Zamor  
au 1 888 393-0222, poste 204,  
ou à [syndie@detailquebec.com](mailto:syndie@detailquebec.com).

Outil RH

## Nouvel outil gratuit d'accueil et d'intégration



Détail Québec a confié la conception d'un outil d'accueil et d'intégration à Caroline Laroche, consultante comptant une vaste expérience en gestion des ressources humaines dans le commerce de détail.

« En contexte de pénurie de main-d'œuvre, nous voulions offrir un outil qui permettrait aux détaillants d'implanter de bonnes pratiques d'accueil et d'intégration dans leurs magasins », explique Laëticia Missipo-Ndembat, coordonnatrice à la formation chez Détail Québec, qui a supervisé le projet. Caroline a accepté de nous le présenter et de nous parler des avantages reliés à son utilisation.

### Pouvez-vous me présenter l'outil sur lequel vous avez travaillé ?

Il s'agit d'une grille d'accueil et d'intégration des nouveaux employés dans le commerce de détail. C'est un outil qui oriente les gestionnaires afin qu'ils puissent mieux encadrer l'accueil de leur personnel dès la première journée. Le document regroupe l'ensemble des étapes pour accueillir un nouvel employé selon les meilleures pratiques de gestion des ressources humaines. On a aussi pensé à inclure des petites capsules coaching tout au long du document. En fait, c'est comme si on était assis à côté d'eux et qu'on les aidait à mettre en place les meilleures pratiques dans leur organisation. C'est un outil concret qui sert de base pour les employeurs et qui peut facilement être adapté au contexte de leur magasin.

### Quels sont les avantages d'utiliser un outil d'accueil et d'intégration des employés ?

C'est un outil qui permet d'assurer une bonne rétention et de créer rapidement un sentiment d'engagement de l'employé à l'égard du magasin. Les détaillants qui utiliseront cet outil obtiendront un meilleur taux d'engagement de la part de leur personnel. Ils devraient également observer moins de départs volontaires dans les trois premiers mois suivant l'embauche et pourront compter sur des employés plus mobilisés qui feront vivre l'expérience souhaitée aux clients.



L'outil est disponible GRATUITEMENT en téléchargement sur [detailquebec.com](http://detailquebec.com), dans la section **Outils RH**.

Caroline Laroche, consultante en ressources humaines chez Iceberg Management, et Laëticia Missipo-Ndembat, coordonnatrice à la formation chez Détail Québec, qui a dirigé le projet de la grille d'accueil et d'intégration.

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

Suivez Détail Québec sur les réseaux sociaux



#### Rédactrice en chef

Émilie Carle, coordonnatrice aux communications

#### Collaborateurs

L'équipe de Détail Québec  
Émilie Pelletier, réviseure

#### Conception graphique

Tic Tac Communications

MARS 2019

Le Magazine Détail Québec est tirée à 6 500 copies et est aussi disponible sur [detailquebec.com](http://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

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

CC  
CD  
Conseil québécois  
du commerce de détail

TUAC  
votre VOIX au travail au Québec  
QUÉBEC



Sources mixtes

Groupe de produits issu de forêts  
 bien gérées, de sources contrôlées  
 et de bois ou fibres recyclés