

PROGRAMME DE FORMATION VENDEURS CONSEIL EN MAGASIN

Module 1 : Le savoir être professionnels (72h00) :

1. Mieux se connaître
 - Qui suis-je ? Motivations, situation actuelle, expérience professionnelle, ambitions
 - Point sur le savoir, savoir-faire et savoir être
 - Attentes implicites mais essentielles des entreprises
 - Étude des savoir être fondamentaux : Ponctualité, politesse, disponibilité, prise de parole, hygiène corporelle, travail en équipe, consignes de sécurité, respect des autres et du lieu de travail, hygiène de vie (sommeil, addiction, nourriture, activité...)
 - Identifier les savoirs être au travail au regard de son projet professionnel, du métier, du secteur visé.
 - Déceler les savoirs être manquant et se les approprier.
2. Boite à outils de l'apprenant
 - Le travail à distance
 - Les gestes mentaux
 - L'attention
 - La mémorisation
 - La compréhension
 - La réflexion
 - L'imagination
 - VAK : visuel, auditif, Kinesthésique
3. Posture professionnelle
 - Rôle et définition
 - Identifier ses savoir-être
 - Fonctionnement en entreprise
 - Culture d'entreprise
 - Valeur de l'entreprise
 - Vos motivation et valeurs
 - Les différentes générations
 - Vie privée/vie professionnelle
4. Donner du sens à son parcours professionnel
 - Le travail
 - Solution pour être heureux au travail
 - Le cycle de vie d'un salarié dans l'entreprise
 - Le parcours professionnel
 - Les 3 piliers
 - Pitch
5. Les bases de la communication
 - Mieux se connaître pour mieux communiquer
 - Les canaux
 - Le feed back

6. La communication verbale
 - La formulation positive
 - Les registres du langage
 - Les caractéristiques de la voix
7. La communication non verbale
 - Connaître la signification des gestes, expressions et attitudes
 - Les principes de la communication non verbale
 - Apprendre à observer le non verbal
 - Améliorer sa communication
 - Gérer ses émotions
8. Outils et techniques pour mieux communiquer
 - Connaître son cadre de référence et le cadre de référence de ses interlocuteurs, apprendre à le prendre en compte pour communiquer efficacement
 - Améliorer sa communication en utilisant l'écoute, la reformulation et le questionnement

CCP 1 : Développer sa connaissance des produits et contribuer à l'animation de l'espace de vente 80h00

- 1- Assurer une veille sur les produits et services proposés par l'enseigne
 - Découvrir et connaître les valeurs de l'entreprise
 - Connaître les évolutions de produits et/ou de gammes du marché
 - Les caractéristiques des consommateurs et leurs comportements d'achat
 - Analyse de la concurrence avec construction d'une grille, application sur le terrain
 - Analyse de la politique commerciale de l'entreprise
- 2- Contribuer à la tenue et à l'animation de l'espace de vente
 - Les règles de tenue de rayon sont maîtrisées (plein, propre, prix, rangement et promotions)
 - Les mises en scène proposées sont pertinentes
 - Les améliorations proposées sont conformes aux règles du merchandising
 - Connaissance des sources d'approvisionnement d'un magasin
 - Connaissance de la structure de l'assortiment d'un magasin
 - Connaissance de la règle des 20/80 (Pareto) et de son application en magasin
 - Connaissance des règles d'implantation d'un linéaire
 - Connaissance des règles de merchandising
 - Connaissance du plan d'un magasin et de l'espace dédié aux opérations commerciales
 - Connaissance du plan d'implantation des produits
 - Connaissance du calendrier promotionnel d'un magasin
 - Connaissance de la saisonnalité des ventes
 - Connaissance des règles d'implantation d'une opération commerciale
 - Connaissance de la réglementation concernant l'affichage des prix dans un magasin

- Connaissance de la législation sur l'affichage des prix, des promotions et des soldes en magasin
- 3- Participer à la gestion des flux marchandises
- Identifier les documents de livraison : bon de réception, bordereau de livraison, bon de commande
 - Contrôler les colis et leur contenu
 - Les anomalies de réception sont identifiées et communiquées aux personnes concernées
 - Préparer les réassorts de marchandises pour le magasin
 - Ranger, classer, vérifier ou poser l'étiquetage et l'antivolage des produits
 - Disposer les produits dans le mode de stockage adéquat
 - Ranger la réserve et codifier les produits selon leur nature et selon différents critères
 - Déterminer les rôles des différents supports et contenants
 - Identifier les techniques et documents d'inventaire
 - Dégager l'utilité de l'inventaire
 - Déterminer les causes d'une démarque
 - Traiter la casse et enregistrer la démarque connue
 - Différencier démarque connue et inconnue
 - Déterminer les moyens de lutte contre la démarque
 - Connaître les gestes et postures
 - Respecter les règles de manutention et de sécurité au travail
 - Maîtriser les risques professionnels (Identifier les risques et produits dangereux)
 - Adapter son comportement face aux situations)
 - Identifier et différencier les outils de manutention : tire- palette, diable, rolls
 - Respecter les consignes en matière d'hygiène et de sécurité
 - Acheminer les marchandises vers la surface de vente
- 4- Participer au réapprovisionnement et à la passation des commandes
- Distinguer les dates limites : DLC/DLUO
 - Appliquer les règles de rotation des produits (gondoles, charte produit frais...)
 - Faire le facing,
 - Vérifier le balisage
 - Déballer les produits et trier les déchets par type de recyclage
 - Caractériser une situation de rupture de stocks
 - Respecter les consignes de l'entreprise en terme de développement durable
 - Effectuer le comptage des stocks et vérifier les assortiments
 - Remonter les informations sur les surstocks
 - Passer une commande

CCP 2 : Vendre et conseiller le client en magasin 120H

- 1- Mener un entretien de vente de produits et de prestations de services en magasin
- Accueillir le client ou les clients
 - Pratiquer la vente multi-clients en période de forte affluence

- Découvrir les besoins et les motivations d'achat, identifier les freins, reformuler les besoins
- Proposer les produits adaptés au souhait du client et argumenter la proposition
- Effectuer une démonstration
- Traiter toutes les objections
- Argumenter le prix et proposer les facilités de paiement
- Conclure la vente
- Donner des conseils d'utilisation et d'entretien
- Réaliser une vente de produits complémentaires
- Réaliser une vente de services associés
- Prendre congé et assurer le suivi
- Utiliser les outils, les supports numériques dans le cadre de son activité (pack office)
- Mettre en œuvre les attitudes et les comportements professionnels adaptés à l'entretien de vente
- Pratiquer l'écoute active
- S'exprimer clairement
- Utiliser correctement le vocabulaire professionnel
- Gérer les flux des clients
- Gérer le temps accordé au client
- Travailler son image et estime de soi

2- Consolider l'acte de vente lors de l'expérience client en magasin

- Repérer les éléments de la communication et les objectifs du message
- Définir la communication verbale, son rôle.
- Reconnaître les différents registres de langage.
- Définir la communication non verbale, interpréter les signes et les gestes, les signes sociaux, les bonnes attitudes corporelles.
- Repérer les différentes attitudes possibles du client et leur interprétation
- Créer un climat favorable au dialogue et pratiquer l'écoute active, questionner le client.
- Basculer de l'accueil à la relation client
- Identifier les incidents les plus fréquemment rencontrés
- La découverte des causes d'un conflit
- Le désamorçage des tensions
- Formuler une réponse adaptée à un client mécontent
- Choisir le mode de transmission de l'information adapté en fonction de la situation (immédiat ou différé)
- Identifier les différents outils de transmission de l'information
- Maîtriser ses émotions
- Gérer son stress (positif / Négatif)

3- Prendre en compte les objectifs fixés pour organiser sa journée de vente

- Connaissance du plan de communication du magasin
- Connaissance des indicateurs de gestion en lien avec son activité
- Connaissance des éléments d'analyse d'un tableau de bord
- Connaissance des pourcentages et des calculs commerciaux

- Connaissance des étapes de mise en œuvre d'un plan d'actions
- Utiliser le plan de communication du magasin pour optimiser ses ventes
- Utiliser les outils connectés pour le suivi quotidien des ventes, des stocks, des indicateurs
- Prendre en compte les états de stock pour optimiser ses ventes
- Utiliser les calculs commerciaux pour évaluer ses résultats
- Détecter les écarts par rapport aux objectifs
- Proposer et/ou appliquer des actions correctives

Dossier Professionnel : Réalisation du dossier entreprise sous forme de présentation power point

- 1- Sous forme d'un diaporama de 10 diapositives, qui comporte :
 - La présentation de l'entreprise, ses principales caractéristiques, sa politique commerciale, ses atouts et sa stratégie de développement;
 - La présentation du magasin avec son enseigne, les caractéristiques de sa clientèle, son organisation, sa politique d'assortiment au travers des différentes gammes et familles de produits, et leurs implantations;
 - La présentation de la synthèse d'une visite du principal concurrent et des propositions d'actions.
- 2- 12 fiches produit en format A4 recto, dont 9 fiches relatives à des produits d'une même famille de l'univers choisi et 3 fiches relatives aux produits complémentaires à cette famille.
 - Chaque fiche contient la photo du produit, son prix, ses caractéristiques techniques et commerciales et les services associés.
 - Lors de la session, le candidat commente d'abord son support de présentation « Magasin-produits » devant le jury. Ensuite, le jury choisit une fiche-produit parmi les 12.
 - Il interroge le candidat au sujet des évolutions, des tendances, des perspectives, de la part de marché, des concurrents, des habitudes et pratiques d'achat des consommateurs et des produits complémentaires au produit concerné.

INTEGRATION ET POSITIONNEMENT :	08h00
MODULES TRANSVERSAUX (TRE, bureautique, expression, calculs commerciaux) :	72h00
PREPARATION EXAMEN ET REVISIONS :	48h00
PASSAGE DE L'EXAMEN :	04h00