

PROGRAMME FORMATION
CONSEILLER DE VENTE

(Titre enregistré au RNCP 37098, niveau IV.)

Durée 6 mois

Certification ; Certificat de Qualification Professionnelle délivré par le Ministère du Travail du Plein Emploi et de l'Insertion.

RNCP37098

OBJECTIFS

Maîtriser les compétences nécessaires à l'exercice du métier de **Conseiller de Vente** et valider le Titre Professionnel niveau 4 (équivalent à un Bac). Certification professionnelle délivrée par le Ministère du Travail.

Possibilité d'obtenir, en qualification partielle, des certificats de compétences professionnelles (CCP) :

- CCP 1 : Contribuer à l'efficacité commerciale d'une unité marchande dans un environnement omnicanal
- CCP 2 : Améliorer l'expérience client dans un environnement omnicanal

Organisation pédagogique

Délai d'accès à la formation : sur demande.

Un positionnement : dossier, tests et entretiens en amont de la formation.

Possibilité d'accompagnement VAE.

Durée et horaires de la formation :

Du lundi au vendredi de 8 h30 à 12h30 et de 13h30 à 16h30.

Durée : 6 mois maximum (692h*) :

- CCP 1 : 140h*
- CCP 2 : 140h*
- Modules complémentaires : 132h*

*Durées indicatives et ajustables en fonction des besoins des personnes.
Une période minimale en entreprise de 280h est obligatoire pour pouvoir se présenter à la session d'examen Titre (140h pour un CCP).*

ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL

CCP N° 1 : (140 heures)

Contribuer à l'efficacité commerciale d'une unité marchande dans un environnement omnicanal

1. Assurer une veille professionnelle et commerciale

- *Utiliser les techniques et les technologies d'information en lien avec son activité*
- *Utiliser les sources d'informations professionnelles*
- *Utiliser les médias et les outils numériques à disposition*
- *Identifier les éléments de différenciation par rapport aux concurrents permettant de valoriser l'unité marchande*
- *Assurer une veille sur les produits et services de l'unité marchande*
- *Identifier les méthodes de veille informationnelle*
- *Collecter l'information sur le marché, les évolutions des produits, les tendances*
- *Synthétiser des informations*
- *Diffuser l'information*
- *Classer et analyser des informations*
- *Développer la veille collaborative*
- *Développer et maintenir l'e-réputation Faire la distinction entre les faits et les opinions*

2. Participer à la gestion des flux marchands

- *Appliquer les consignes relatives à l'accessibilité d'un établissement recevant du public (ERP) aux personnes à mobilité réduite ou en situation de handicap*
- *Travailler en équipe*
- *Transmettre une consigne*
- *Effectuer une réception de marchandise Ranger, préparer les produits pour la vente*
- *Effectuer une préparation de commande client*
- *Utiliser les outils numériques permettant de suivre les flux marchandises en magasin*
- *Assurer la manutention des produits en respectant la sécurité des personnes et des biens*
- *Utiliser les matériels de stockage et de manutention*
- *Appliquer les gestes et postures adaptés aux manutentions des produits*
- *Traiter la démarque connue et participer à la lutte contre la démarque inconnue*
- *Appliquer les procédures de réception et de stockage de l'enseigne*

- *Participer aux inventaires*
- *Appliquer les règles et obligations légales concernant le recyclage et le tri sélectif des déchets dans l'unité marchande*
- *Appliquer les règles et obligations légales concernant la réduction de gaspillage dans l'unité marchande*
- *Suivre les stocks et les flux marchands Mettre à jour les stocks à l'aide des outils de traçabilité*

3. Contribuer au merchandising

- *Assurer la manutention des produits en respectant la sécurité des personnes et des biens*
- *Maintenir une implantation conforme et une présentation attractive*
- *Utiliser le matériel de présentation approprié Adapter les techniques de présentation des produits au contexte du point de vente*
- *Baliser un linéaire en utilisant la charte signalétique de l'enseigne*
- *Assurer au quotidien l'aspect marchand des linéaires et de la surface de vente*
- *Vérifier en permanence la présence en rayon des produits en promotion*
- *Appliquer les gestes et postures adaptés aux manutentions des produits dans un magasin*
- *Effectuer les gestes citoyens-responsables préconisés par son unité marchande*
- *Appliquer la charte signalétique de l'unité marchande pour les promotions*
- *Utiliser un planogramme*
- *Proposer une mise en scène réaliste et pertinente*

4. Analyser ses performances commerciales et en rendre compte

- *Décliner un objectif global en sous-objectifs*
- *Analyser le plan d'actions commerciales fourni par sa hiérarchie*
- *Analyser les étapes du processus de vente*
- *Analyser les écarts entre les résultats et les objectifs fixés*
- *Analyser la gestion de son temps*
- *Analyser ses performances de manière réaliste*
- *Identifier et proposer les mesures correctives à mettre en place*
- *Repérer les évolutions, révolutions du marché*
- *Utiliser les outils de suivi d'activité et de résultats de l'unité marchande*
- *Compléter régulièrement ses tableaux de bord*
- *Transmettre une information claire, vérifiée et répondant aux attentes de l'unité marchande*
- *Informar l'unité marchande des évolutions concernant le marché et la concurrence*
- *Rendre compte de son activité commerciale et de ses résultats à sa hiérarchie*

CCP N° 2 : (140 heures)

Améliorer l'expérience client dans un environnement omnicanal

1. Représenter l'unité marchande et contribuer à la valorisation de son image
 - *Appliquer les réglementations, les règles de protection des données personnelles de tous types*
 - *Appliquer les règles de cybersécurité Veiller à son image de marque (personal branding) et à l'e-réputation de l'unité marchande*
 - *Réaliser un argumentaire Réaliser un elevator pitch (exercice de communication orale qui consiste à se présenter et mettre en valeur son projet face à un partenaire, situé à un niveau hiérarchique plus élevé que soi et dont le temps est compté.)*
 - *Créer un support numérique (présentation, vidéo, concours, page Facebook, etc...) Appliquer les règles et les procédures de l'unité marchande en matière de communication*
 - *Respecter les consignes relatives à la présentation*
 - *Utiliser les outils bureautiques*
 - *Utiliser les réseaux sociaux, les forums et les blogs Respecter les directives et les valeurs de l'unité marchande*
 - *Prospecter sur les réseaux Utiliser « l'expérience client » pour communiquer sur le Web (évaluation en ligne, enquête satisfaction, témoignages)*
 - *Adopter le rôle d'ambassadeur de l'unité marchande Présenter l'activité, les produits et les services de l'unité marchande sur son marché de manière claire*
 - *S'informer et prendre en compte les informations pertinentes concernant l'unité marchande et son environnement*
 - *Pratiquer l'écoute active et les techniques de questionnement face à un interlocuteur Adopter une attitude en accord avec les valeurs de l'unité marchande*
 - *Adapter sa tenue vestimentaire et sa posture aux codes de l'unité marchande*
 - *Se présenter sur différents canaux de communication*
 - *Créer un profil professionnel adapté sur un réseau, un blog et le faire vivre*

2. Conseiller le client en conduisant l'entretien de vente

- Assurer l'accueil des personnes en situation de handicap
- Maîtriser les bases des calculs commerciaux
- Réaliser une démonstration
- Prendre des notes exploitables au cours d'un entretien
- Appliquer les conditions générales de vente de l'unité marchande
- Analyser un entretien de vente Améliorer ses performances
- Utiliser les outils bureautiques
- Utiliser les outils numériques (Smartphone, ordinateur portable, tablette)
- Informer le prospect ou client sur le cadre juridique lié à la vente de produits ou de services
- Informer le prospect ou client sur les obligations environnementales liées à la vente, notamment concernant l'après-vie des produits
- Appréhender le prospect ou client dans son projet global
- Détecter les besoins, les motivations et les contraintes du prospect ou client pour s'en servir comme points d'appui
- Récapituler les besoins, les motivations et les contraintes du prospect ou client avant la proposition Argumenter de manière convaincante
- Traiter les objections du prospect ou client avec pertinence et avec persévérance Présenter et défendre le prix de façon appropriée

3. Assurer le suivi de ses ventes

- Rédiger un compte rendu d'une vente client
- Identifier la cause des réclamations, des litiges et les traiter dans le respect des procédures de l'unité marchande
- Utiliser les outils d'aide à la performance (outils de gestion de la relation client, agendas électroniques)
- Mener un entretien dans le cadre d'un suivi clientèle, d'un traitement de réclamation ou d'un litige Identifier le potentiel du client et mener les actions correspondantes
- Relancer le prospect ou le client
- Mobiliser les ressources de l'unité marchande pour la satisfaction du client
- Informer régulièrement le client sur le suivi de son dossier
- Pratiquer l'écoute active et les techniques de questionnement face à un interlocuteur
- Rassurer le client sur la prise en compte de son insatisfaction en faisant preuve de neutralité

4. Contribuer à la fidélisation en consolidant l'expérience client

- *Faciliter ses futures ventes en anticipant les d'actions de fidélisation à mener*
- *Utiliser les réseaux sociaux et les blogs*
- *Appliquer les règles et les procédures de l'unité marchande*
- *Mener un entretien dans le cadre d'une action de fidélisation*
- *Réaliser un argumentaire*
- *Mettre en place une offre commerciale de fidélisation ou de réactivation de compte*
- *Déterminer le geste commercial nécessaire à la fidélisation du client dans le respect des procédures de l'unité marchande*
- *Diffuser l'offre commerciale en utilisant les différents canaux de l'unité marchande*
- *Créer un profil professionnel adapté sur internet*
- *Organiser son travail en fonction de l'activité et de la fréquentation du point de vente*
- *Adapter sa tenue vestimentaire et sa posture aux codes de l'unité marchande*
- *Pratiquer l'écoute active et les techniques d'observation et de questionnement face à un interlocuteur*
- *Impliquer la clientèle dans l'élaboration d'actions de fidélisation*
- *Adopter une attitude en accord avec les valeurs de l'unité marchande*
- *Suivi des statistiques de la satisfaction clientèle*
- *Suivi des notations de la clientèle*

Bloc transversaux : 132h

- -Communication orale -56h
- -bureautique : 12h
 - Prise en main de l'outil WORD (Elaboration de documents divers : lettre de motivation, cv,...)
 - Elaborer un dossier professionnel
- -valorisation de l'estime de soi : 7h
- -TRE 14h
- -Soft skill :7h
- -Préparation de stage/ -recherche de stage 16h
- Préparation Examen : 20h

***Evaluation : h**

Modalités d'évaluation:

- Evaluations en cours de formation
- Accompagnement personnalisé
- Evaluation des périodes de stage
- Vérification de l'atteinte des objectifs
- Session de validation de la certification (totale ou partielle) avec un jury
- Evaluation à chaud portant sur la satisfaction de la formation

*A l'issue de la formation, vous serez évalué par un jury composé de professionnels :

- Mises en situation
- Questionnaires
- Dossier professionnel
- Entretien avec le jury

Tarif : à partir de 4 589,68 €

Durée totale de la formation : 412 heures + 280h entreprise (692h)

Type d'emplois accessibles :

- Vendeur spécialisé
- Conseiller clientèle
- Vendeur expert
- Vendeur en atelier de découpe
- Magasinier vendeur

Politique d'accessibilité de personne en situation de handicap :

L'accès et l'accueil est possible pour toutes les personnes en situation de handicap. Vous avez la possibilité d'avoir un entretien afin de mettre en place un diagnostic adapté avec le référent handicap et santé.

La personne référente est MME GUILLAUME Patricia

LES MISSIONS DU RÉFÉRENT HANDICAP

Le référent Handicap chez OBJECTIF INSERTION a plusieurs missions :

- Accompagner les personnes tout au long de leur parcours de formation en faisant des points réguliers avec elles.

- Assurer la prise en compte du handicap par l'intervenant(e) et vérifier que les compensations sont mises en place

- Assurer une veille sur le Handicap

- Construire une politique d'inclusion des personnes handicapées.

Session prévue : du 14 septembre 26 au 12 février 27



Session d'examen prévue : 22 février 27 au 26 février 27