



VENDEUR CONSEIL EN MAGASIN – VCM

TITRE HOMOLOGUE MINISTERE DE L'EMPLOI – NIVEAU IV - BAC
RECONNU AU REPERTOIRE NATIONAL DES CERTIFICATIONS PROFESSIONNELLES



PUBLIC VISE :

Tout public
Contrat et période de professionnalisation
Congé Individuel de Formation
Plan de formation
Aide Individuelle à la Formation
Compte Personnel de Formation
Validation des Acquis de l'Expérience

PRE-REQUIS :

Niveau BEP et/ou expérience significative de travail permettant une adaptation rapide aux conditions d'apprentissage

POSITIONNEMENT :

Entretiens individuels
Tests et mises en situation si requis
Modularisation des parcours en fonction des résultats d'évaluation

ORGANISATION DE LA FORMATION :

Cours collectifs
Formation alternant périodes en centre et périodes en entreprise

DUREE TOTALE DE LA FORMATION :

heures

OBJECTIFS DE FORMATION :

A l'issue de la formation le titulaire de ce titre sera capable de :

- ➔ Assurer une veille sur les produits et services proposés par l'enseigne
- ➔ Contribuer à la tenue et à l'animation de l'espace de vente
- ➔ Participer à la gestion des flux marchandises
- ➔ Mener un entretien de vente de produits et de prestations de services en magasin
- ➔ Consolider l'acte de vente lors de l'expérience client en magasin
- ➔ Prendre en compte les objectifs fixés pour organiser sa journée de vente

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :

- ➔ Développer son sens de la communication et des contacts humains
- ➔ Avoir une bonne élocution et s'exprimer clairement
- ➔ Faire preuve de capacité d'écoute, d'initiative et d'autonomie

PERSPECTIVES METIERS :

VENDEUR(SE)
VENDEUR(SE) EXPERT(E)
VENDEUR(SE) CONSEIL
CONSEILLER(ERE) DE VENTE





PROGRAMME :

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

Compétence 1 : Assurer une veille sur les produits et services proposés par l'enseigne

Utiliser les techniques et les technologies d'information et de communication en lien avec son activité
Identifier les éléments de différenciation par rapport aux concurrents
Appliquer une veille sur les produits et marchés de l'enseigne

L'organigramme hiérarchique et fonctionnel du magasin
Les valeurs et la culture de son entreprise
La politique commerciale de l'enseigne
La consommation responsable, l'économie collaborative
Les réseaux sociaux en lien avec l'enseigne, le site E-commerce

Compétence 2 : Contribuer à la tenue et à l'animation de l'espace de vente

Assurer la manutention des produits en respectant la sécurité
Maintenir une implantation conforme et une présentation attractive
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
Effectuer les gestes citoyens-responsables

Le circuit marchandises
La structure d'assortiment
La règle de Pareto et son application
Les règles de merchandising
Le calendrier promotionnel
Les règles d'hygiène et de sécurité
La réglementation concernant l'affichage
Les règles et obligations légales concernant le recyclage et le tri sélectif
L'origine et les moyens de prévention de la démarque

Compétence 3 : Participer à la gestion des flux marchandises

Effectuer une réception de marchandise
Ranger, préparer les produits pour la vente
Effectuer une préparation de commande
Utiliser les outils numériques permettant de suivre les flux marchandises
Appliquer les gestes et postures adaptés à la manutention des produits
Appliquer les procédures de réception et de stockage de l'enseigne
Participer aux inventaires

Les différents documents utilisés lors de la livraison
Les sources d'approvisionnement du magasin
Les outils et les règles de gestion des stocks dans un magasin
Les contraintes liées à la nature des produits et à leurs conditions de stockage





Activité 2 : Vendre et conseiller le client en magasin

Compétence 4 : Mener un entretien de vente de produits et de prestations de services en magasin

Accueillir le client	Les éléments clés de la politique commerciale
Pratiquer la vente multi-clients	Les produits, les services, les tarifs et les CGV
Proposer les produits adaptés et argumenter la proposition	Les documents commerciaux
Effectuer une démonstration	Les réglementations et les procédures
Traiter toutes les objections	L'organisation des différents canaux de distribution et du E-Commerce
Argumenter le prix et proposer les facilités de paiement	La communication interpersonnelle
Conclure la vente	Les attitudes et les comportements nécessaires à la relation client
Donner des conseils d'utilisation et d'entretien	Les caractéristiques de la clientèle
Réaliser une vente de produits complémentaires et associés	Les mobiles et motivations d'achat
Prendre congé et assurer le suivi	Les typologies client
Analyser un entretien de vente, améliorer ses performances	Les évolutions des pratiques de consommation
	Les techniques de gestion des flux clients en magasin

Compétence 5 : Consolider l'acte de vente lors de l'expérience client en magasin

Utiliser un terminal de paiement	Les procédures internes à l'entreprise concernant la gestion des réclamations client
Exploiter le fichier client	Les techniques d'accueil et de fidélisation
Renseigner le fichier client	
Utiliser un système de paiement mobile	
Adopter une posture de service	
Appliquer les techniques de fidélisation	



Compétence 6 : Prendre en compte les objectifs fixés pour organiser sa journée de vente

Prendre en compte les états de stock pour optimiser ses ventes
Utiliser les calculs commerciaux pour évaluer ses résultats
Identifier les indicateurs de gestion d'un rayon ou d'un magasin
Détection des écarts par rapport aux objectifs
Utiliser les outils connectés pour le suivi quotidien des ventes, des stocks, des indicateurs

Le plan de communication
Les indicateurs de gestion en lien avec son activité
Les éléments d'analyse d'un tableau de bord
Les calculs commerciaux
Les étapes de mise en œuvre d'un plan d'actions

Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :

Chaque section est pilotée par un Responsable de Formation, le stagiaire est suivi lors de ses périodes en entreprise par un Tuteur G5 qui organise au minimum deux rencontres sur le lieu de travail avec un tuteur entreprise identifié et formé.

Chaque équipe pédagogique est organisée autour de son responsable de formation qui valide et suit les déroulés au travers d'un outil en ligne permettant un accès aux contenus de leurs cours pour les stagiaires, et à l'intégralité des cours pour les formateurs. Sur cet accès est également disponible le synoptique de l'action, le détail de chaque jour en termes de contenus et de méthodes (contenus pédagogiques, études de cas, TP).

Modalités d'évaluation des connaissances :

L'évaluation se compose d'une mise en situation professionnelle hors situation de production pour les activités mentionnées dans le programme.

L'épreuve finale se déroule en 2h50, dont 45 minutes de préparation. Les mises en situation sont réalisées à partir de reconstitutions permettant de valider les compétences clés de l'emploi et doivent rester dans un contexte propre à celui pratiqué par le candidat pendant sa période en entreprise.

Moyens permettant de suivre l'exécution de la formation et d'en apprécier les résultats :

Le Responsable Pédagogique, le Responsable de Formation de l'action et l'équipe de formateurs partagent un outil commun de suivi des réalisations. La validation se fait de manière informelle / impromptue et formelle / positionnée, afin de vérifier les acquis.

L'ensemble des commentaires, annotations, progrès, sont accessibles par tous les participants à l'action, grâce à un code d'accès personnalisé, sur nos parcours de formation en ligne.

