

## Public

- Tout public

## Prérequis

- Sans objet

## Modalités d'admission

- Sans objet

## Durée

- 210 heures en centre de formation

## Modalités et méthodes pédagogiques

- Présentiel
- En langue française
- Alternance de séances de face à face, individualisation, activités en autonomie, simulation, ludo-pédagogie, ...

## Qualité des formateurs

- Formateurs experts métier ayant validé un parcours de qualification pédagogique

## Documents remis

- Certificat de réalisation
- Attestation de fin de formation

*Les personnes en situation de handicap sont invitées à contacter le référent Handicap local afin d'étudier les possibilités de suivre la formation*

## Nous contacter

[www.aftral.com](http://www.aftral.com)

0809 908 908



## EMPLOYE COMMERCIAL

### Objectifs généraux

- ◆ Disposer et présenter les articles dans les rayons ;
- ◆ Accueillir et conseiller les clients ;
- ◆ Tenir à jour les cadenciers de vente, préparer les propositions de commandes de réapprovisionnement ;
- ◆ Effectuer les comptages périodiques.

### Les plus de la formation



- ◆ Des moyens matériels performants et innovants
- ◆ Une formation active et inter active avec des cas pratiques
- ◆ Remise d'une documentation complète et ciblée

### Mode d'évaluation des acquis

- ◆ Evaluation en cours de formation sous la forme de mises en situation, études de cas, quizz, ...
- ◆ Evaluation finale sanctionnée par le passage d'un examen.

### Validation

- ◆ Reconnaissance de la CCN du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
- ◆ Attestation de formation
- ◆ Sans niveau spécifique
- ◆ Possibilité de valider un/des blocs de compétences : Sans objet
- ◆ Equivalences, passerelles, débouchés : Sans objet
- ◆ Code RNCP/RS : Non inscrit
- ◆ Code Certif Info : Non éligible

### Agrément

- ◆ Sans objet

## PROGRAMME

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
<b>1</b>	<b>Identifier les objectifs et étapes de la formation</b>	<b>/</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vérification du respect des prérequis</li> <li>▪ Présentation du centre, de l'équipe pédagogique et des moyens matériels</li> <li>▪ Présentation de la formation</li> <li>▪ Modalités pratiques</li> <li>▪ Tour de table</li> </ul>		<b>MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES</b>  Salle équipée d'un ensemble multimédia

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
<b>2</b>	<b>L'entreprise et son environnement</b>	<b>10 h 00</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fonctionnement interne de la surface de vente               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Magasin centre de profit</li> <li>- Organigramme</li> <li>- Différents départements, rayons principe de fonctionnement</li> <li>- Fonctions connexes (réception, caisse, décoration)</li> <li>- Organisation interne des flux de produits</li> <li>- Vocabulaire des conditionnements</li> <li>- Mobilier de vente</li> <li>- Vie du centre commercial</li> </ul> </li> </ul>		<b>MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES</b>  Salle équipée d'un ensemble multimédia Ressources pédagogiques

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
<b>3</b>	<b>La dynamique de l'accueil</b>	<b>40 h 00</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ L'image accueil, impact du magasin</li> <li>▪ SBAM (Sourire, Bonjour, Au revoir, Merci)</li> <li>▪ Prise en charge du client</li> <li>▪ Impact visuel</li> <li>▪ Impact vocal</li> <li>▪ Distance inter individu</li> <li>▪ Code du langage du corps</li> <li>▪ Gestuelle</li> <li>▪ Ecoute</li> <li>▪ Dynamisme, amabilité, vivre ses qualités naturelles</li> <li>▪ Ouverture et la disponibilité</li> <li>▪ Flexibilité comportementale</li> <li>▪ Connaissance de soi, atouts personnels et motivation</li> <li>▪ Consommateur au moment du paiement</li> <li>▪ Différents types de comportements, en reconnaître les états pour apporter la réponse juste</li> </ul>		<b>MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES</b>  Salle équipée d'un ensemble multimédia Ressources pédagogiques

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
<b>4</b>	<b>Evaluer les acquis de la formation</b>	<b>/</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bilan intermédiaire des compétences acquises</li> </ul>		<b>MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES</b>  Salle équipée d'un ensemble multimédia Ressources pédagogiques

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
<b>5</b>	<b>La relation au client</b>	<b>30 h 00</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Image de soi</li> <li>▪ Prise de conscience</li> <li>▪ Notions prétextes</li> <li>▪ L'œil de l'autre</li> <li>▪ Relation au client</li> <li>▪ Typologies comportementales dans la relation</li> <li>▪ Partenaires d'une relation</li> <li>▪ Eléments de caractérologie</li> <li>▪ Sens des comportements d'agressivité</li> <li>▪ Stratégies positives</li> <li>▪ Facteurs d'efficacité</li> <li>▪ Psychologie et techniques de vente</li> <li>▪ Déterminants de la vente</li> <li>▪ Stimuli</li> <li>▪ Mobiles</li> <li>▪ Motivations</li> <li>▪ Freins</li> <li>▪ Interactions</li> <li>▪ Comportement rationnel et comportement impulsif</li> <li>▪ Contact avec le chaland : mots, gestes ...</li> <li>▪ Types de questions et leurs finalités</li> <li>▪ Chronologie type d'une séquence vente</li> <li>▪ Ecoute et reformulation</li> <li>▪ Savoir conclure</li> </ul>		<b>MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES</b>  Salle équipée d'un ensemble multimédia Ressources pédagogiques

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
<b>6</b>	<b>Gestion commerciale</b>	<b>130 h 00</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Calculs commerciaux <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prix d'achat le chiffre d'affaires, notion des coûts, la rentabilité</li> <li>- Terminologie utilitaire <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prix de revient</li> <li>• Prix de vente</li> <li>• Tva, bénéfice</li> <li>• Coefficient multiplicateur</li> <li>• Taux de marque</li> <li>• Taux de marge</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>▪ Marketing <ul style="list-style-type: none"> <li>- Concept et définition</li> <li>- Rôles et but du marketing</li> <li>- Sources d'analyse</li> <li>- Méthodes du marketing</li> <li>- Panels (secodip, nielsen)</li> <li>- Tests produits</li> <li>- Couponning</li> <li>- Echantillonnage</li> </ul> </li> <li>▪ Consommateur sur le lieu de vente <ul style="list-style-type: none"> <li>- Phases du processus d'achat</li> <li>- Différents types de consommateur</li> <li>- Déterminants du comportement d'achat</li> <li>- Socio-styles</li> </ul> </li> <li>▪ Merchandising <ul style="list-style-type: none"> <li>- Concepts et objectifs</li> <li>- Différentes familles de produits (P.G.C...)</li> <li>- Le bon produit au bon moment, au bon endroit, au bon prix...</li> <li>- Implantation du mobilier de vente</li> <li>- Action sur les allées de circulation</li> <li>- Action sur les produits</li> <li>- Différents critères de rentabilité</li> <li>- Différents enjeux du remplissage</li> </ul> </li> </ul>		<b>MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES</b>  Salle équipée d'un ensemble multimédia Ressources pédagogiques

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impact d'une rupture sur la clientèle</li> <li>- Règles de rangement et de nettoyage</li> <li>▪ Animation du lieu de vente <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicité sur le lieu de vente</li> <li>- Animation sur le lieu de vente</li> <li>- Ambiance sonore</li> <li>- Environnement chromatique</li> <li>- Eclairage</li> <li>- Techniques de balisage et de P.L.V. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Principes généraux</li> <li>• Différentes phases de perception du consommateur</li> <li>• Supports promotionnels, enjeu de la signalisation</li> <li>• Règles communes et leur impact</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>▪ Inventaire <ul style="list-style-type: none"> <li>- Différents types d'inventaires</li> <li>- Rôle et utilité comptable</li> <li>- Préparation et organisation</li> <li>- Démarque</li> </ul> </li> <li>▪ Législation commerciale <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vente par lots</li> <li>- Affichage des prix</li> <li>- Réductions de prix</li> </ul> </li> <li>▪ Publicité</li> </ul>	
---	--

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
<b>7</b>	<b>Evaluer les acquis de la formation</b>	<b>/</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Evaluation finale des compétences acquises</li> </ul>		<b>MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES</b> Salle équipée d'un ensemble multimédia Ressources pédagogiques

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
<b>8</b>	<b>Bilan et synthèse de la formation</b>	<b>/</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bilan</li> <li>▪ Synthèse</li> <li>▪ Evaluation de satisfaction</li> </ul>		<b>MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES</b> Salle équipée d'un ensemble multimédia