

Diplôme :

Baccalauréat Professionnel « Technicien Conseil vente univers
jardinerie

Module :

MP3 – Conduite de la vente

Objectif général du module :

Fidéliser les clients par la qualité de la prestation de vente en appliquant la politique de l'enseigne

Indications de contenus, commentaires, recommandations pédagogiques

Le conseiller vendeur peut, selon les structures et les rayons d'affectation, exercer des activités différentes :

- L'accompagnement des clients dans le cadre d'une vente en libre-service assisté.
- De la vente traditionnelle dans des rayons plus techniques ou en pépinière.

L'objectif de ce module est donc d'initier le futur conseiller vendeur à ces deux méthodes de vente.

Quel que soit son type d'activité dans le point de vente, le conseiller vendeur est membre d'une équipe commerciale qui contribue à l'atteinte des objectifs du point de vente. Au-delà des compétences techniques de vendeur, le développement des compétences comportementales doit être un objectif constant de la formation pour développer l'employabilité et les possibilités d'évolution de carrière des futurs conseillers vendeurs.

Si les concepts clés du comportement d'achat ne sont pas acquis, il convient de les présenter avant de décrire les étapes de la vente.

Objectif 1- Adapter son attitude aux métiers de la vente

Le développement des compétences sociales et comportementales est conduit en prenant appui sur les potentialités locales (partenariats internes et externes) offrant des opportunités de mises en situations professionnelles adaptées au profil des apprenants. Ces mises en situations professionnelles ont pour objectif de conduire les apprenants à adopter une posture professionnelle.

Objectif 1.1- Découvrir les métiers de la vente

Au-delà des fonctions et tâches, il s'agit de mettre en évidence les qualités et attitudes professionnelles du métier pour dépasser les stéréotypes et fonder les apprentissages attendus.

- Comparer les attendus pour un poste

La grande diversité des attendus pour un même intitulé de poste (employé de magasin, assistant chef de rayon, vendeur) peut être étudiée au travers d'offres d'emploi, (se référer au site pôle emploi).

- Apprendre à mieux se connaître pour mieux communiquer
 - o Découvrir ses propres croyances limitantes : sur le métier de vendeur, sur sa capacité à prendre la parole en public
 - o Définir son potentiel de vendeur : être authentique en développant confiance en soi et estime de soi.

- Prendre conscience de ses atouts relationnels pour développer la confiance en soi.
- Apprendre à mieux se connaître et travailler sur ses faiblesses : des tests professionnels et de personnalités peuvent être mobilisés avec toutes les précautions d'usage nécessaires.
- Comprendre l'impact de son image : soigner l'image de soi et s'affirmer
- Travailler la prise en parole en public et la gestion des émotions.

La confortation voire la restauration de l'estime de soi des apprenants est une clé essentielle pour développer les capacités de communication interpersonnelle. On s'attachera à systématiquement faire ressortir les qualités des apprenants.

L'EIE offre un espace tout à fait adapté pour mettre en œuvre des stratégies associant tous les acteurs de l'équipe pédagogique pour renforcer cette dimension de la formation.

Objectif 1.2- Développer une posture professionnelle

Le vendeur au même titre que le magasin est porteur du positionnement qualitatif du point de vente. Il convient donc qu'il adopte une posture en adéquation à ce positionnement.

- Respecter les règles de vie sociale et les attitudes en présence de public.

Maintien du corps, regard, élocution et langage ...

- Adapter son attitude au point de vente

Prise en compte du règlement intérieur, des éléments de politique commerciale, des règles et codes explicites ou implicites de l'organisation.

- Respecter les règles vestimentaires

Selon les univers de travail il s'agit tout autant des règles commerciales que des règles de sécurité (port de chaussures de sécurité par exemple)

- Développer une attitude d'écoute pro-active

Il s'agira de présenter et de mettre en pratiques des techniques d'écoute active.

- Respecter une éthique professionnelle

Servir au plus près la demande du client

Apporter les conseils de sécurité et de respect de l'environnement

Se montrer solidaire du point de vente et des salariés (en lien avec le sous-objectif 1.3).

Objectif 1.3- Mobiliser les codes de communication adaptés pour communiquer

Si la relation interpersonnelle est au cœur des objectifs 2 et 3, il est essentiel, dans des situations simples, de familiariser les apprenants avec les codes de communication professionnels différents de ceux de la sphère privée.

- Communication orale téléphonique

Le téléphone est largement utilisé commercialement, prise de rendez-vous, démarchage, SAV. A partir de mises en pratique, ces situations peuvent permettre d'identifier les clés d'une communication efficace, (fiche téléphonique ...).

- Communication écrite

La rédaction de courriers est courante tant en termes de relation client qu'en termes de relation fournisseur. Il convient de familiariser les apprenants tout au long de la formation au respect des codes d'écriture en fonction des destinataires.

Création de posts sur les réseaux sociaux

Rédaction de comptes-rendus organisés.

Objectif 1.4- Travailler en équipe

La composition de l'équipe commerciale ayant été développée dans le cadre du MP 1, il s'agira d'initier les apprenants à des techniques de travail en équipe.

- Identifier les attitudes à adopter pour travailler en groupe
- Développer l'entraide avec l'ensemble du personnel

Le travail de groupe sera mis en œuvre lors de l'action professionnelle mais il est important d'en cerner l'utilité dans le fonctionnement quotidien d'un point de vente.

Des situations de jeux de rôle peuvent permettre aux apprenants de développer leurs capacités d'écoute, d'expression et d'empathie dans le cadre de groupes.

Durant toute la formation, l'équipe enseignante doit avoir le souci constant de développer chez les apprenants cette dimension commerciale vecteur essentiel d'employabilité future.

Objectif 2- Accueillir et conseiller le client en libre-service assisté

En libre-service assisté, le contact client se réalise souvent à l'occasion d'activités de merchandising conduites dans le rayon. Le vendeur est amené à apporter un appui au client sans être intrusif.

Il s'agit donc de développer une attitude de communication positive pour orienter le client, apporter un conseil si nécessaire et favoriser l'achat.

Cette situation sera couramment rencontrée par les apprenants lors des PFMP, il conviendra donc qu'ils y soient préparés afin d'y jouer un rôle d'acteur et non pas seulement d'observateur.

Objectif 2.1- Qualifier et approcher le client

Il est important de sensibiliser les élèves aux particularités de la prise de contact en LSA

- La conduite de l'accueil en LSA en 5 points : sourire, saluer, observer, patienter, entreprendre

La phase d'observation est l'occasion de repérer des indices sur la typologie du client et d'identifier le moment pour entrer en relation avec lui.

- Réaliser une prise de contact efficace pour créer un climat de confiance
- Faire preuve d'empathie

Objectif 2.2- Identifier le besoin et répondre aux attentes du client

- Utiliser un questionnement adapté à la situation
- Respecter les étapes d'un échange formel ou informel avec un client : la différence entre vente et information

Objectif 2.3- Accompagner le client dans son achat

- Organiser son travail et se rendre disponible pour répondre au plus grand nombre de clients
- Orienter le client dans son parcours en magasin

Après la prise de congé le vendeur doit être à même d'évaluer le degré de satisfaction du client.

Objectif 2.4- Assurer l'entretien du poste de vente

Après la vente, le vendeur :

- Fait remonter les informations et les anomalies repérées
- S'assure de la propreté du rayon et de son approvisionnement

Objectif 3- Conduire une vente

En dehors de l'accompagnement en rayon, le conseiller vendeur peut être amené à conduire des ventes plus structurées : ventes en pépinières, d'équipements du jardin et de la maison, de matériels, de lots importants... Dans ce cas la vente devient complète avec argumentation, réfutation des objections, négociation du prix et éventuellement facturation.

Pour se perfectionner à ces techniques l'apprenant peut enrichir ses expériences professionnelles en réalisant des PFMP complémentaires dans des entreprises qui pratiquent davantage cette forme de vente.

Objectif 3.1- Préparer la vente

Il s'agira de préparer le futur conseiller vendeur :

- A l'usage de tous les documents commerciaux utilisés : catalogue, tarifs, outils numériques de démonstration...
- A la constitution et à l'utilisation d'un argumentaire

La découverte d'un argumentaire d'entreprise peut permettre d'approcher les éléments en jeu dans la négociation

La rédaction d'un argumentaire peut être réalisée en s'appuyant sur des techniques diversifiées : CAP, adaptation à la typologie des clients (SONCASE...)

- A la préparation de documents commerciaux

Bon de commande plaquette de présentation...

Fiche client, questionnaire de découverte client.

Objectif 3.2- Conduire la vente

L'apprenant doit être à même de conduire la vente en intégrant la maîtrise technique des produits qui est développée dans le MP2. Pour les élèves issus de seconde professionnelle, l'enseignant peut s'appuyer sur la mise en œuvre des techniques de vente de l'EP1.

Il s'agit de clairement différencier les attendus du CCF de BEPA de ceux de Bac pro pour faire prendre conscience aux apprenants des enjeux de la formation.

- Prise de contact
- Identification et reformulation des besoins
- Présentation des produits et argumentation en utilisant des supports de vente
- Négociation, réponse aux objections
- Présentation du prix
- Proposition de ventes additionnelles et information du client
- Conclusion de la vente
- Processus de fidélisation

On attend notamment du conseiller vendeur qu'il intègre dans la vente les attentes des clients mais aussi celles du point de vente, qu'il puisse mobiliser des arguments de différente nature, qu'il respecte les conditions légales et l'éthique professionnelle.

Objectif 3.3 Assurer le paiement et l'encaissement

Le conseiller vendeur sera à même :

- D'assurer l'encaissement et le rendu monnaie
- De rédiger ou compléter les documents commerciaux adaptés
- D'appliquer les réductions commerciales adaptées : rabais, remise, ristournes
- D'appliquer les règles de TVA
- Faire et contrôler la caisse

Objectif 3.4- Observer et réagir face à des situations problèmes

L'accueil des clients difficiles et le traitement des demandes complexes sont évoqués de même que la répartition des rôles dans l'équipe de vente.

Objectif 4- Exercer des missions complémentaires dans le point de vente

Au sein de l'équipe, le conseiller vendeur contribue au fonctionnement et à l'évolution du point de vente.

Objectif 4.1- Participer au service après-vente

Il s'agira de préparer le futur conseiller vendeur :

- Conduire une livraison
- Gérer les réclamations et les retours de marchandises en magasin
 - o Noter les informations relatives aux attentes de clients
 - o Remonter les informations recueillies selon les procédures en vigueur
 - o Utiliser les factures et les bons d'avoir.
- Traiter une réclamation au téléphone

Objectif 4.2- Participer à la dynamique commerciale du point de vente

- Développer ses compétences pour pouvoir assurer un autre poste
- Participer à la recherche de nouvelles clientèles
- Maintenir à jour son expertise produits et services

Les évolutions des offres de services de magasin sont aussi abordées dans une logique de perspective

Activités pluridisciplinaires

Deux activités pluridisciplinaires peuvent être envisagées :

- Une thématique autour des SESG TC et de la technique professionnelle pour affirmer la compétence technico commerciale
- Une thématique accueil information d'un client en langue étrangère

Références documentaires ou bibliographiques pour ce module

Lafaix P, Huyot D, Faites évoluer vos méthodes de vente ! Vente classique, Vente de l'offre Glo-bale, Vente conseil, Vente en libre-service, Dunod 2018

Caron N, Vendeuvre F, Le grand livre de la vente, Dunod 2008

Les boîtes à outil des éditions Dunod : « de la relation client », « de la négociation », « du commercial »

Rock G, Ledoux MJ, Le service à la clientèle en action, ERPI 2014

Rock G, Masse S, La vente en action, ERPI 2012