S'approprier et incarner la marque de l'entreprise en situation de vente et de management

Contexte et finalité

L'entreprise vient de formaliser sa plateforme de marque, qui redéfinit son positionnement, son territoire d'expression, son expérience client et les codes de tenue et de service de son équipe. Cette évolution modifie concrètement les pratiques professionnelles des salariés : vocabulaire employé face au client, structure de l'entretien de vente, gestes de service et de dégustation, critères d'acceptation ou de refus des demandes commerciales, périmètre d'autonomie décisionnelle des responsables de point de vente.

L'action de formation a pour finalité de rendre les participants capables d'appliquer ces nouvelles pratiques en autonomie dans leur activité quotidienne de vente et d'encadrement.

Formateur·rice(s) :

- Stéphanie Ramsay

Objectifs visés

- Restituer les composantes du positionnement de l'entreprise — vision, mission, valeurs, promesse client — et les distinguer des arguments produit
- Appliquer le champ sémantique de l'entreprise et identifier les formulations à proscrire dans un échange client
- Conduire un entretien de vente-conseil selon le rituel d'accueil en 6 étapes, de la prise de contact au conseil de service
- Mettre en œuvre le protocole de dégustation en 5 temps auprès d'un client
- Formuler une présentation orale de l'entreprise calibrée à 20 secondes intégrant les trois éléments de positionnement obligatoires
- Arbitrer une demande commerciale ou une sollicitation externe au regard des critères d'acceptation et de refus de l'entreprise

Méthodes d'évaluation

- Quiz
- Cas pratique
- Jeu de rôle / Simulation

- Définir son périmètre d'autonomie décisionnelle et identifier les décisions relevant de la direction (objectif spécifique aux fonctions d'encadrement)

Déroulé pédagogique

Journée 1

- POSITIONNEMENT MARQUE & METIER : 1/ Ouverture et positionnement initial (20 min) avec cadrage des objectifs de la journée + recueil individuel du niveau de départ (formulation libre par chaque participant de la présentation de l'entreprise). 2/ Le marché et le positionnement du métier (25 min) avec situation du secteur de la confiserie artisanale dans l'univers gastronomique + identification de l'enjeu de positionnement de l'entreprise et des obstacles rencontrés au contact client. 3/ Les composantes du positionnement de l'entreprise (60 min) avec vision, mission, valeurs de l'entreprise et ce que chacune implique ou exclut + Promesse client + Objectifs de développement de l'entreprise + Traduction systématique de chaque composante en conséquence opérationnelle sur le poste de travail. 4/ Appliquer les critères de la marque à des situations professionnelles (70 min) avec étude de 10 cas pratiques réels (demandes commerciales, formulations de vente, gestes de service, choix d'images) + Classement selon les critères d'acceptation de l'entreprise + Formalisation collective des règles d'application (tenue professionnelle, gestes systématiques, procédure de rattrapage entre collègues)
- Pause déjeuner
- EXPERIENCE CLIENT : 5/ Le langage professionnel de l'entreprise (60 min) avec champ sémantique propriétaire, vocabulaire à privilégier, formulations proscrites et raisons de leur exclusion + Règles rédactionnelles applicables aux supports de point de vente + Construction et mémorisation de la présentation orale calibrée à 20 secondes + Sélection des formules signatures. 6/ Le rituel d'accueil et de vente-conseil (60 min) avec les 6 étapes de l'entretien de vente-conseil (accueil sans pression, identification du moment d'usage, dégustation d'intention, argument de métier, orientation vers le choix, conseil de service) + Le protocole de dégustation en 5 temps + Gestes de service et matériel associé. 7/ Positionnement individuel du rôle (2 × 60 min) avec 2 entretiens individuels (périmètre de responsabilité au regard du nouveau positionnement, définition des décisions relevant de l'autonomie du salarié, de la remontée à la direction, et des règles non négociables) + Identification des besoins d'appui + Production d'une fiche de rôle.

Informations complémentaires

Durée : 7 heures de formation sur 1 jour

Pré-requis :

- Aucun prérequis de diplôme ni de niveau. Les participants doivent : exercer une activité de vente-conseil ou d'encadrement au sein de l'entreprise bénéficiaire ; maîtriser la langue française à l'oral et à l'écrit (les mises en situation et les productions écrites l'exigent).

Public concerné : Salariés en fonction de vente-conseil et d'encadrement de point de vente au sein d'une entreprise de commerce de détail alimentaire spécialisé : - responsable de point de vente / adjointe de direction ; - vendeuse-conseil ; - assistante laboratoire ; - apprenti en vente. Effectif : 4 participants maximum.