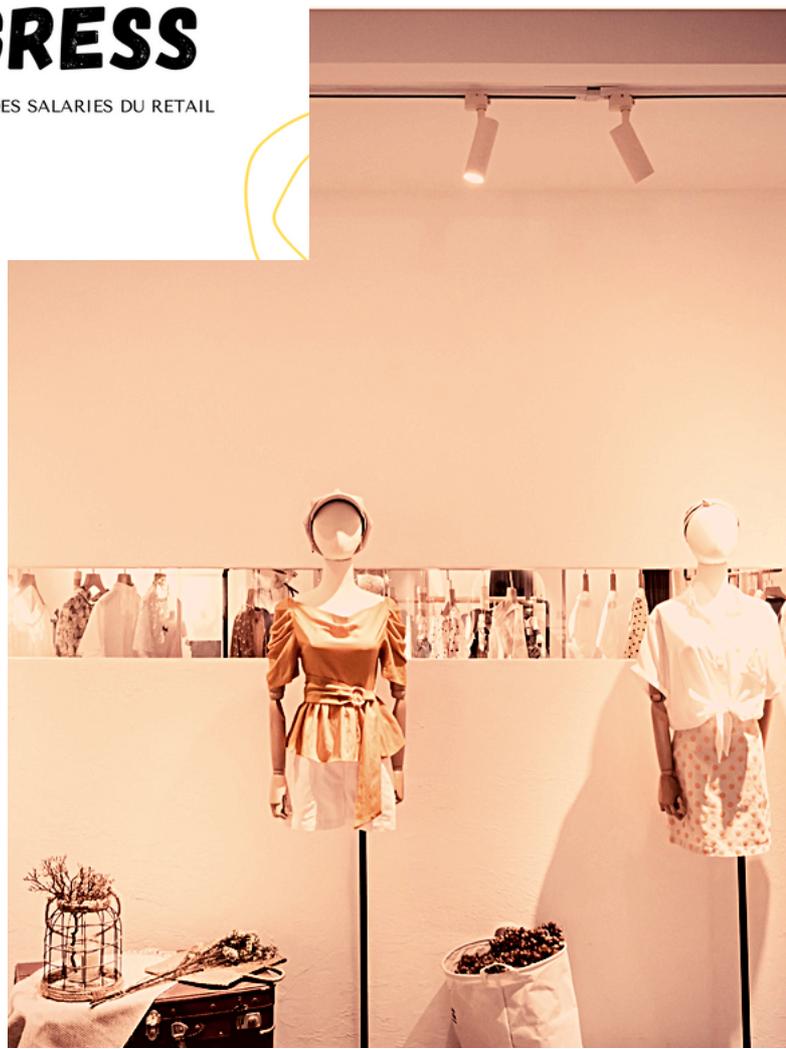




WE PROGRESS
FORMATION PROFESSIONNELLE DES SALARIES DU RETAIL



LE FONCTIONNEMENT

"Chez We Progress la priorité c'est vous, le besoin de votre entreprise, le bien-être de vos salariés et vos contraintes "



L'ADAPTATION AU BESOIN

Nous échangeons ensemble par téléphone ou par mail sur vos besoins puis nous vous envoyons des propositions de programmes.

Chacune de nos formations sont adaptables en temps et en contenu.

C'est vous qui décidez! Donc n'hésitez pas!

Et puisque nous savons que votre temps est précieux , nous nous déplaçons aussi dans vos locaux, ou nous cherchons un lieu proche de votre entreprise pour éviter la contrainte trajets de vos salariés.

Si vous êtes éligible à un financement OPCO :



LE MONTAGE DU DOSSIER

Nous nous occupons de créer les conventions et devis que vous transmettez une fois validé à votre OPCO.

Si c'est une première pour vous, nous vous accompagnons dans ces démarches:

- trouver l'OPCO correspondant à votre convention collective
- aide au montage du dossier au près de votre OPCO
(Accompagnement téléphonique)



LA DEMANDE DE FINANCEMENT

En tant qu'organisme certifié "Qualiopi" nos formations sont prises en charge par les Organismes Collecteurs auprès desquels vous cotisez déjà!

Nous fonctionnons en subrogation ,ce qui signifie que vous n'avez pas de frais à avancer, nous sommes payés directement par eux.



LES CONDITIONS DE REALISATION DE NOS FORMATIONS



HORAIRES ET LIEU :

Généralement les horaires sont les suivants:

9h00- 13h30/ 14h30-17h00(18h00 pour les journées de formation de plus de 7h)

Nous nous déplaçons dans vos locaux ou nous nous chargerons de trouver un lieu de formation au plus près de l'adresse de votre entreprise.

Le café et les mignardises vous sont offerts.

Le repas du midi est à votre charge et non-prévu par l'organisme.

POLITIQUE HANDICAP



Nous mettons tout en oeuvre pour rendre accessible nos formations aux personnes en situation de handicap. Afin d'établir les modalités d'adaptation nécessaires, merci de nous contacter avant votre inscription au **06.61.56.50.37**.

METHODES PEDAGOGIQUES:

Chez WE PROGRESS nous sommes au plus près de vos besoins, et articulons nos offres de formations, en conséquence. Nous insistons sur une pédagogie interactive où il s'agit d'allier la théorie à votre réalité du terrain.

C'est pourquoi nous souhaitons:

- Travailler autour des outils internes à l'entreprise (avec votre accord), afin que la ou les personne(s) formée(s) puisse(nt) être immédiatement opérationnelle(s).
- Evaluer les apprenants à travers des mises en situations réelles, des jeux de rôle, des exercices d'application et, en fin de formation réaliser une évaluation globale de l'ensemble des points abordés sur smartphone, donc les apprenants doivent venir équipés!

A l'issue de la formation, l' ou les apprenants se verra/verront délivrer une attestation de formation.

INTERVENANTS



ROCHER Charline

Dirigeante et Formatrice Relation Client et Management

10 ans d'expérience dans la vente, ancien Manager, Responsable de Magasin en Retail.

DAO Christophe

Dirigeant et Formateur en Relation Client et Management.

20 ans d'expérience dans la vente, ancien Manager et Directeur Régional.



LE PROTOCOLE QUALITE WE PROGRESS



EN AMONT :

Nous récupérons :

- vos documents internes à l'entreprise qui nous permettront de vous présenter une formation sur mesure.

Les personnes formées recevront:

- un dossier d'accueil afin de nous permettre de mieux vous connaître et ainsi proposer un accompagnement pédagogique correspondant à vos attentes et à celles de vos collaborateurs formés.
- le règlement intérieur afin que la formation se passe dans les bonnes conditions.
- votre convocation officielle servant également d'attestation pour les déplacements pendant les périodes de confinement.



LE JOUR J :

Les apprenants auront un dossier de suivi de la formation

- des tests et des mises en situation pour nous permettre de nous assurer de la bonne compréhension étape par étape (venir avec un smartphone)



APRES LA FORMATION :

Les personnes ayant suivi la formation recevront:

- une attestation de réalisation de la formation
- une enquête de satisfaction leur permettant de nous faire un retour sur leur expérience
- un suivi après 6 mois pour suivre leur évolution

Les représentants des entreprises recevront:

- une enquête de satisfaction client
- un retour l'expérience de la formation
- un suivi après 6 mois pour suivre votre évolution



ANALYSER DES RÉSULTATS ET MENER DES PLANS D'ACTION

"Analysez vos indicateurs de performance pour mener des actions concrètes sur le terrain et atteindre vos objectifs."

PROGRAMME

Introduction:

Présentations mutuelles et engagement sur l'objectif de cette journée.

Séquence 1 - Analyser les résultats

- Redéfinir les différents indicateurs de ventes (Taux de Transformation, Panier Moyen, Indice de Vente, KPI etc..)
- Développer la capacité à analyser les résultats

Séquence 2 - Mener des Plans d'Action

- Définir un objectif (SMART)
- Y attribuer les moyens
- Suivre les résultats

Séquence 3 - Animation

- Comment suivre, et faire vivre un challenge
- Encourager au quotidien et pousser les équipes à l'atteinte des résultats
- Féliciter
- Recadrer et repositionner un collaborateur pour l'atteinte d'un objectif.

OBJECTIFS :

- Suivre les résultats chiffre d'affaires et indicateurs de vente
- Analyser ses résultats
- Elaborer des plans d'action
- Féliciter ou Re-Motiver les équipes sur l'atteinte des objectifs
- Identifier l'importance de la communication Verbale et Non Verbale dans la posture de Manager

PUBLIC :

- Responsable de Magasin
- Manager
- Chef d'équipe
- Responsable adjointe
- Vendeur(se) Pilier

PRE-REQUIS :

- Aucuns

DUREE :

- 1 journée
- 8 heures





FORMATION

BOOSTER SON CHIFFRE D'AFFAIRES AVEC LE MERCHANDISING

"Appropriiez-vous toutes les techniques de merchandising de votre marque et faites décoller vos résultats"

PROGRAMME

Introduction:

Présentations mutuelles et engagement sur l'objectif de cette journée.

Séquence 1 - Les Bases du Merchandising

- Rôle et importance du Merchandising
- Les fondamentaux de la marque
- Comment adapter son merchandising à son magasin
- Adaptation : Gérer les ruptures de stock

Séquence 2 - Débriefing

- Créer son outil de débriefing
- Comment débriefing pour améliorer ses points de progrès et capitaliser sur les points forts

Séquence 3 - Organisation

- Comment réaliser son plan de masse
- Méthodologie pour la mise en place d'une vitrine
- Méthodologie pour la mise en place d'une implantation

Séquence 4 - Piloter les indicateurs

- Analyser les outils de pilotage (hit parade, part de marché, % ventes, % stock, rotation...)
- Suivre ses résultats
- Etablir un plan d'action

OBJECTIFS :

- Utiliser les préconisations de merchandising
- Identifier le message de la marque et l'adapter à son magasin
- Dessiner un plan de masse
- Créer un outil débriefing d'une implantation vitrine et merchandising
- Evaluer les actions menées et établir un plan d'action

PUBLIC :

- Responsable de Magasin/
- Manager
- Responsable adjoint(e)
- Vendeur(se) Pilier
- Vendeur(se)

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 1 jour
- 8 heures





FORMATION

S'APPROPRIER LE MERCHANDISING ET DEVELOPPER L'AUTONOMIE

"Voyez les résultats de vos magasins décoller grâce à l'autonomie et la prise d'initiative de vos équipes!"

PROGRAMME

Introduction:

Présentations mutuelles et engagement sur l'objectif de cette journée.

Séquence 1 - Les bases du merchandising

- Rôle et importance du Merchandising
- Les fondamentaux de la marque

Séquence 2 -L'analyse et l'adaptation

- Analyser les outils de pilotage (hit parade, part de marché, % ventes, % stock, rotation...)Créer son outil de débriefing
- Adapter son merchandising en fonction des résultats (gérer les ruptures) et de la configuration magasin(plan de masse)

Séquence 3 - L'organisation

- Créer une méthodologie pour la mise en place d'une implantation et d'une vitrine

Séquence 4 - Développement de l'autonomie et de la prise d'initiative

- Intéret du développement de l'autonomie, pour l'équipe,le responsable et l'entreprise.
- Dépasser ses craintes et encourager la prise d'initiative.
- Cadrer l'autonomie avec des outils de débriefing:
 - Créer un outil de débriefing
- Débriefing:
 - Définir des axes de progrès
 - Capitaliser sur les points forts.

OBJECTIFS :

- Identifier le rôle et l'importance du merchandising
- Faire des choix d'implantation de produits en fonction des résultats et de la structure de son magasin en réalisant un plan de masse
- Organiser une implantation vitrine et merchandising en suivant une méthodologie
- Créer un outil de débriefing
- Suivre une méthodologie pour débriefing son collaborateur

PUBLIC :

- Responsable de Magasin
- Manager
- Responsable adjoint(e)
- Vendeur(se)

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 1 jour
- 8 heures



TUTEUR: ACCUEILLIR, ACCOMPAGNER ET DÉVELOPPER

"Faites des Stagiaires et Apprentis une véritable valeur ajoutée et un levier de recrutement. "

PROGRAMME

Introduction:

- Présentations mutuelles et engagement sur l'objectif de cette journée.

Séquence 1: Rôle et fonction du tuteur en entreprise

- Définir le rôle du tuteur
- Finalité et enjeux du tutorat
- Identifier les bénéfices pour le « tutoré », l'entreprise et le tuteur
- Identifier les règles de l'école, la loi, les risques liés aux mineurs

Séquence 2: Réussir l'intégration

- Sensibiliser le tutoré sur son rôle
- Transmettre les codes et les règles de l'entreprise et de la marque
- Sensibiliser le rôle de l'équipe dans cette intégration

Séquence 3: Suivre et accompagner

- Les outils de l'entreprise/de la Marque
- La communication avec le "tutoré"
- Les outils de l'école
- La communication avec l'école

Séquence 4: Débriefing et Développer

- Donner des instructions claires (objectifs SMART)
- Débriefing
- Définir des axes de progrès
- Capitaliser sur les points forts et développer la confiance

Séquence 5: Créer un levier de recrutement

- Anticiper ses besoins
- Identifier un potentiel, les signaux
- Susciter l'envie chez le "tutoré"
- L'importance de l'entretien final

OBJECTIFS :

- Différencier le rôle du tuteur de celui de manager
- Identifier les missions du tuteur
- Définir et donner des objectifs SMART à son stagiaire
- Suivre une méthodologie pour déléguer
- Appliquer une méthodologie pour débriefing le stagiaire afin de capitaliser sur ses points forts et travailler sur ses axes de progrès
- Identifier les signaux d'un futur collaborateur

PUBLIC:

- Responsable de Magasin
- Manager
- Responsable adjoint(e)
- Vendeur(se) Pilier
- Vendeur(se)

PRE-REQUIS:

- Aucun

DUREE :

- 2 journées
- 14 heures



MENER LES ENTRETIENS INDIVIDUELS D'EVALUATION

""Être un acteur du développement de ses collaborateurs""

PROGRAMME

Introduction:

Présentations mutuelles et engagement sur l'objectif de cette journée.

Séquence 1 - Préparer efficacement l'entretien annuel

- Intégrer l'importance de cet entretien
- Se préparer
- Préparer le collaborateur (donner du sens)
- Faire le point sur les supports d'évaluation

Séquence 2 - Réaliser un entretien productif

- Construire un plan de développement efficace
- Conduire un entretien de façon positive
- Savoir dire et faire dire
- Formuler des remarques positives et constructives
- Traiter les objections

Séquence 3 - Définir des Objectifs Motivants

En prenant en compte:

- Les capacités de son collaborateur
- Son ambition
- Les objectifs du magasin

Séquence 4 - Mettre en place des actions pour capitaliser sur l'entretien

- Emmener son collaborateur à s'engager
- Formaliser ses engagements et leurs attribuer une date de réalisation
- Exprimer clairement le bilan de l'entretien.

OBJECTIFS :

- Utiliser les outils d'entretien interne à l'entreprise
- Mener les entretiens étape par étape grâce aux outils internes à l'entreprise et au livret We Progress
- Construire un plan de développement des compétences des collaborateurs
- Identifier l'importance de la communication verbale et non verbale dans la posture de Manager
- Analyser les macro-compétences

PUBLIC :

- Responsable de Magasin
- Manager
- Chef d'équipe
- Responsable adjoint(e)

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 3 jours
- 21 heures



UPI

DEVELOPPER LES VENTES ET LES COMPETENCES DES EQUIPES

Responsable, Responsable adjoint, débutant ou confirmé(e), maîtriser toutes les missions du poste de Manager

PRESENTATION GLOBALE

Cette formation se réalise en 4 grandes Séquences:

Séquence 1 : «Le self management au service de la performance »

Jour 1 et 2

Séquence 2 : « L'excellence managériale au service du client

Jour 3 et 4

Séquence 3 : « Une organisation pensée client »

Jour 5 et 6

Séquence 4 : « Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences»

Jour 7 , 8, 9 et 10

Elle est a destination des personnes en phase de devenir Responsable/Manager ou Responsable Adjoint ou au Responsable/Manager déjà en poste ou ayant besoin d'approfondir leurs missions.

Ci-dessous vous retrouverez le programme détaillé pour chacune de ces séquences ainsi que leur objectifs respectifs

OBJECTIFS GLOBAUX :

- Identifier son profil de manager
- Coacher les équipes sur la surface de vente
- Suivre les résultats d'un magasin
- Appliquer une méthodologie pour appliquer et faire appliquer les préconisations Merchandi
- Réaliser les plannings de l'équipe magasin
- Organiser les grands événements du magasin
- Recruter de nouveaux collaborateurs
- Réaliser les entretiens annuels des équipes

PUBLIC :

- Vendeur en phase de devenir Manager
- Responsable adjoint/Assistant Manager
- Responsable/Manager
- Directeur Régionaux

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 10 jours de 7h pour un total de 70 heures

RYTHME :

- Le rythme de la formation se cale selon vos disponibilités, cette formation peut être échelonnée sur toute une année
- Nous vous conseillons néanmoins d'un point de vue pédagogique de faire chaque séance sur 2 jours consécutifs.



UP!

DEVELOPPER LES VENTES ET LES COMPETENCES
DES EQUIPES

SÉQUENCE 1 ET 2

PROGRAMME

Séquence 1 : «Le self management au service de la performance »Jour 1

Accueil

Exprimer ses attentes et ses objectifs

Créer une cohésion autour des objectifs de la formation Etre Manager:

Définir le rôle et missions d'un Manager

Mieux se connaître pour bien accompagner son équipe

Jour 2Le Coaching Vente

Evaluation du rituel de lancement de journée

Observation des ventes et interviews de clients

Trainings de vente et diagnostic des forces et points de progrès Dynamiser les pics time

Analyse des résultats, débriefing vitaminé, impulsion finale

Séquence 2 : « L'excellence managériale au service du client »Jour 3Le management de la performance

Analyser les Indicateurs de Succès (TT, PM, Delta,KPI, Eurotrafic...)

Mobiliser son équipe autour des challenges

Animer le cahier de performance tout au long de la journée Mener des plans d'actions

Jour 4Le management en merchandising

Expliquer les fondamentaux du merchandising Analyser les performances chiffrées de ses actions Construire un outil de débriefing merchandising

OBJECTIFS :

- Analyser les indicateurs de ventes et mener des plans d'actions
- Suivre une méthodologie pour gérer les priorités
- Utiliser un outil Excel pour faire les planning et gérer la productivité magasin
- Utiliser l'outil Excel pour préparer les grands évènements
- Suivre et appliquer une méthodologie pour préparer l'entretien annuel, préparer le collaborateur et l'évaluer
- Créer un plan d'action individuel de formation en prenant en compte ses contraintes budgétaire et magasin.

PUBLIC :

- Responsable adjoint/Assistant Manager
- Responsable/Manager
- Directeur Régionaux

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 4 jours de 7 heures
- 28 heures



UP!

DEVELOPPER LES VENTES ET LES COMPETENCES
DES EQUIPES

SÉQUENCE 3 ET 4

PROGRAMME

Séquence 3 : « Une organisation pensée client »Jour 5

L'organisation au service du commerce

- Mon rapport au temps
- Suis-je efficace?
- S'organiser
- Les Grands évènements
- Déléguer

Jour 6

La gestion des plannings

- Etre organisé(e)
- S'approprier l'outil Excel
- Gérer l'imprévu/ses priorités

Séquence 4 : « Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences»

Introduction à le GPEC

Jour 7 et 8

Le Recrutement

- Elaborer une cartographie des compétences et des métiers
- Mener un entretien de recrutement en fonction de ses besoins
- Identifier tous les outils de sourcing de CV
- Construire une stratégie de recrutement de stagiaires (missions locales, relation école,...)
- Synthétiser les points forts et les points de vigilance pour aider à la décision

L'Entretien Individuel d'évaluation

Jour 9 et 10

- Qu'est que c'est ?
- Pourquoi?
- Etre avertif(tive)
- Se préparer /Préparer le collaborateurs
- Fixer des objectifs SMART
- Avoir un plan d'action individualisé
- Organiser la période à venir et suivre le collaborateur

OBJECTIFS :

- Structurer une stratégie de recrutement
- Suivre une méthodologie pour réaliser les entretiens de recrutement téléphonique et physique
- Suivre et appliquer une méthodologie pour préparer l'entretien annuel, préparer le collaborateur et l'évaluer
- Créer un plan d'action individuel de formation en prenant en compte ses contraintes budgétaire et magasin.

DUREE :

- 6 jours de 7 heures
- 42 heures

PRE-REQUIS :

- Aucun





FORMATION

TRANSFORMER UN CLIENT MECONTENT EN AMBASSADEUR

"Comment désamorcer et anticiper le conflit"

PROGRAMME

Introduction:

Présentations mutuelles et engagement sur l'objectif de cette journée.

Séquence 1 - Comprendre le client

- Pourquoi le client est-il agressif ?
- Identifier les enjeux du mécontentement client
- Adopter une attitude positive face au mécontentement et saisir sa chance

Séquence 2 - Gérer le mécontentement et éviter le conflit

- Etablir une relation positive avec le client
- Accueillir l'insatisfaction
- Utiliser l'écoute active, le questionnement, la reformulation

Séquence 3 - Comment gérer l'agressivité verbale

- Appliquer les bases de la communication Non-violente
- Savoir dire "Non" sans perdre le client
- Montrer une attitude rassurante et stable

Séquence 4 - Comment rétablir une relation de confiance

- Obtenir un accord "gagnant gagnant"
- Fidéliser le client
- Remercier

OBJECTIFS :

- Identifier les différents types de clients pour adapter son discours et s'affirmer sereinement
- Maîtriser les fondamentaux d'une communication non-violente
- Appliquer une méthodologie claire et précise pour éviter que le mécontentement ne se transforme en conflit
- S'exprimer sereinement face à un client mécontent grâce à la CNV
- Transformer un incident en actions positives et renforcer la

PUBLIC:

- Toute personne en contact avec la clientèle et potentiellement confrontée à des situations conflictuelles.

PRE-REQUIS:

- Aucun

DUREE :

- 1 jour
- 8 heures

PRIX :

- 440 euros par personne





UP! ÊTRE MANAGER

SÉQUENCE 1

PROGRAMME

JOUR 1

Séquence 1 : «Le self management au service de la performance »

Définir le rôle du Manager

Exercice : Echanger sur les bonnes pratiques

Mieux se connaître pour bien accompagner son équipe

- Identifier son profil de Manager : Test de personnalité

Atelier sur nos atouts et les pièges à éviter

Identifier les leviers de motivations des équipes

- Les leviers durables de la motivation : sens, reconnaissance et confiance
- Déterminer les actions managériales pour motiver
- Mener un entretien de motivation
- Utiliser l'assertivité comme un outil de management positif

Exercice : Simulation d'un entretien de motivation

OBJECTIFS :

- Définir les missions du Responsable de Magasin
- Grâce à un test de personnalité comprendre son profil de Manager
- Assumer son profil de Manager
- Identifier les leviers de motivations de ses équipes
- Mener un entretien de motivation

PUBLIC :

- Chef de Département
- Responsable adjoint/Assistant Manager
- Responsable/Manager
- Directeur Régional

PRÉ-REQUIS :

- Aucun

DURÉE :

- 1 journée de 7 heures





UP! ETRE MANAGER

SÉQUENCE 2

PROGRAMME

JOUR 2

Séquence 2 : «Recruter plus efficacement »

Avoir une stratégie de recrutement efficace

- Définir le poste et le profil
- Identifier nos besoins en compétences et savoir-être
- Définir une stratégie de recrutement à court et à long terme de vos équipes
- Portrait des "Millenials" et comment séduire la génération Z
- Préparer l'entretien de recrutement

Atelier : brainstorming et échanges des bonnes pratiques

Mener les entretiens de recrutement

- Posture et attitude à adopter
- Comportements à observer (les gestes qui trahissent)
- Appliquer une méthodologie pour mener l'entretien efficacement
- Poser des questions pertinentes et avoir une écoute active
- Faire une synthèse et un retour constructif aux candidats
- Séduire le candidat

Exercice : Mener un entretien de recrutement

OBJECTIFS :

- Identifier les moyens de recrutements à court et à long terme
- Mener des entretiens de recrutement en appliquant une méthodologie
- Poser des questions permettant d'évaluer les candidat sur sur compétences et savoir-être
- Développer une écoute active

PUBLIC :

- Chef de Département
- Responsable adjoint/Assistant Manager
- Responsable/Manager
- Directeur Régional

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 1 journée de 7 heures





UP! ÊTRE MANAGER

SÉQUENCE 3

PROGRAMME

JOUR 3

Séquence 3 : «Une Organisation Pensée Client »

Mieux comprendre son rapport avec le temps

- Comprendre sa relation au temps
- Identifier ses axes de progrès

Exercice : Tests et échanges

Mieux s'organiser personnellement et avec les autres

- Hiérarchiser et prioriser ses activités
- Estimer les durées et prévoir une marge pour les imprévus
- Gérer les interruptions et les sollicitations

Exercice : Jeu de mise en pratique, priorisation et planification d'un grand évènement (Noël, Soldes, rentrée scolaire...)

Communiquer efficacement pour mieux gérer ses temps relationnels

- Comprendre et se sentir compris : mieux utiliser l'écoute active et le questionnement
- Savoir dire "non"
- Négocier sur les demandes, s'affirmer sur les attentes
- Proposer des délégations motivantes

Exercice : Mise en situation de délégation

OBJECTIFS :

- Optimisation votre organisation
- Privilégier les tâches essentielles de votre fonction
- Gérer les priorités et les imprévus
- Définir et affirmer vos priorités pour mieux vous organiser
- Organiser les grands évènements

PUBLIC :

- Chef de Départements
- Responsable adjoint/Assistant Manager
- Responsable/Manager
- Directeur Régional

PRÉ-REQUIS :

- Aucun

DURÉE :

- 1 journée de 7 heures





UP! ÊTRE MANAGER

SÉQUENCE 4

PROGRAMME

JOUR 4

Séquence 4 : «Analyser les résultats et mener les plans d'actions»

Analyser les résultats

- Redéfinir les différents indicateurs de ventes (Taux de transformation, Panier Moyen, Indice de Vente, KPI, Ratio, etc..)
- Développer la capacité à analyser les résultats
- Comment produire une synthèse

Atelier : Calcul des indicateurs, mesurer et interpréter la performance

Mener des Plans d'Action

- Définir un objectif (SMART)
- Y attribuer les moyens
- Suivre les résultats

Atelier : Définir un objectif et un plan d'action

Animer

- Comment suivre et faire vivre le plan d'action
- Donner du sens aux équipes
- Mener des entretiens de pilotage
Encourager, féliciter au quotidien afin d'atteindre les objectifs

Exercice : Simulation d'un entretien de pilotage

OBJECTIFS :

- Calculer les indicateurs commerciaux
- Analyser ses résultats
- Définir un objectif SMART et établir un plan d'action
- Suivre une méthodologie mener un entretien de pilotage
- Donner du sens, encourager et féliciter

PUBLIC :

- Chef de Départements
- Responsable adjoint/Assistant Manager
- Responsable/Manager
- Directeur Régional

PRÉ-REQUIS :

- Aucun

DURÉE :

- 1 journée de 7 heures



VENTE CONSEIL EMOTION

"Laisser un souvenir émotionnel à vos clients"

PROGRAMME

Introduction:

- Présentations mutuelles et engagement sur l'objectif de cette formation
- Vente et vente émotion quelle différence?
- Identifier l'enjeu de la vente conseil -émotion
- Les bases de la communication verbale et non verbale/les postures

Séquence 1 : Une approche client différenciante

- Se recentrer sur la priorité 100% client
- Personnalisé son accroche client
- Avoir une attitude chaleureuse et bienveillante
- S'intéresser véritablement au client

Séquence 2 : Démontrer sa culture produit

- Proposer une sélection juste de produit en adéquation avec les besoins du client
- Faire une différence par son professionnalisme et son attitude bienveillante
- Approfondir son argumentaire grâce à sa culture produit

Séquence 3 : Lever les freins

- Montrer une écoute active
- Utiliser les freins clients pour en faire des avantages

Séquence 4 : "Bienveillance et émotion" les clefs de la fidélisation

- Ventes additionnelles, comment?
- Faire une différence par la bienveillance
- Faire en sorte que le client reparte avec un souvenir émotionnel

OBJECTIFS :

- Définir la vente conseil émotion et ses enjeux
- Intégrer l'importance de la communication verbale / non verbale.
- Identifier clairement les étapes de vente
- Pratiquer un accueil personnalisé et gérer ses priorités sur la surface de vente
- Approfondir sa recherche des besoins du client
- Approfondir son argumentaire
- Identifier les moyens de cultiver sa connaissance produit
- Pratiquer la vente additionnelle de façon systématique
- Identifier les moyens de fidélisation durant la vente
- Finaliser l'entretien de client

PUBLIC :

- Responsable
- Vendeur/se

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 1 jour
- 8 heures





FORMATION

POSTE CAISSE: CONSOLIDER VOTRE RELATION CLIENT

*"La caisse, bien plus que l'endroit où l'on paye :
un moment clé de la relation client "*

PROGRAMME

Introduction:

Présentations mutuelles et engagement sur l'objectif de cette formation

Séquence 1 : L'importance du poste caisse

- Rappeler l'enjeux du poste caisse
- Posture et Savoir être

Séquence 2 : Une organisation tournée client

- Organiser son poste de travail de façon à gagner du temps
- Créer une méthodologie
- S'approprier les outils informatiques

Séquence 3 : Les données informatiques

- Découvrir les indicateurs de vente
- Leurs utilités au quotidien

Séquence 4: La fidélisation et le site internet

- Le fichier client comment l'utiliser?
- Quel sens pour l'entreprise?
- Quel sens pour le client ?

- Aborder le site internet avec le client
- Faire du site internet un atout de vente
- Donner une dernière bonne impression et garder le contact

OBJECTIFS :

- Appliquer une méthodologie pour prioriser et s'organiser au poste caisse
- Découvrir les indicateurs de vente et leurs utilités
- Utiliser le fichier client
- Utiliser le site internet comme argument de vente et de fidélisation.
- Identifier l'importance du fichier client

PUBLIC :

- Responsable
- Responsable adjoint(e)
- Vendeuses

PRE-REQUIS:

- Aucun

DUREE :

- 1 jour
- 8 heures





ANTICIPER ET GERER LE CONFLIT

PROGRAMME

Jour 1

Identifier les sources et les conséquences des conflits

- Qu'est ce qu'un conflit?
- La structure du conflit et ses 4 étapes
- Les réactions face à un conflit

Brainstorming : Partage et retour d'expérience : identifier et partager les problématiques rencontrées dans votre entreprise

Résolution du conflit

- Le rôle du Manager - Médiateur
- Appliquer les techniques de bases de la CNV (communication non violente)
- Le manager définit un plan d'action de sortie de " crise "

Mise en situation : à partir de situations types, recherche et expérimentation du meilleur scénario de résolution du conflit

Jour 2

Prévenir le conflit

- Repérer les signaux d'alerte : verbaux, non verbal, type de personnalité...
- Comprendre les différentes sources de conflits
- Maîtriser les techniques de communication pour prévenir les conflits et instaurer un climat de confiance

Mise en situation : expérimentation des attitudes favorisant un bon climat dans l'équipe

OBJECTIFS :

- Identifier les sources et conséquences des conflits.
- Reconnaître et gérer les conflits interpersonnelles.
- Appliquer des méthodologies de médiation
- Définir le rôle du Manager - Médiateur
- Construire un plan d'action de " crise "
- Repérer les signaux d'alerte verbaux et non verbaux chez un collaborateur.

PUBLIC :

- Directeur Régionaux/RH/DG
- Responsable /Manager

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 2 jours
- 16 heures





FORMATION

RECRECUTER PLUS EFFICACEMENT

PROGRAMME

Jour 1

Avoir une stratégie de recrutement efficace

- Introduction à la GPEC
- Faire un diagnostic des compétences savoir-faire et savoir-être de vos équipes
- Déterminer clairement le/les profils recherchés
- Définir une stratégie de recrutement à court et à long terme
- Actionner les nouveaux levier de recrutement

Les entretiens de recrutement

- Mener des entretiens téléphoniques efficaces
- Préparer l'entretien de recrutement

Jour 2

Mener les entretiens de recrutement

- Posture et attitude à adopter
- Comportements à observer (les gestes qui trahissent)
- Appliquer une méthodologie pour mener l'entretien efficacement
- Poser des questions pertinentes afin d'évaluer le candidat sur son savoir être
- Approfondir les zones d'ombre (parcours et personnalité du candidat)
- Séduire le candidat

Intégrer un nouveau collaborateur

- Le rôle du Responsable de Magasin dans l'intégration du nouveau collaborateur
- Mettre en place un programme de formation pour le nouveau collaborateur avec le RM

OBJECTIFS :

- Définir la GPEC
- Evaluer les compétences savoir-faire et savoir être de ses équipes grâce à une grille d'évaluation construite sur vos propres critères.
- Créer la fiche détaillé du profil recherché
- Identifier les moyens de recrutements à court et à long terme
- Mener les entretiens de recrutement en appliquant une méthodologie claire
- Poser des questions permettant d'évaluer les candidat sur des critères précis de savoir -être
- Organiser l'intégration d'un nouveau collaborateur.

PUBLIC :

- Toute personne ayant la responsabilité du recrutement.

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 2 jours
- 16 heures



RESEAUX SOCIAUX

MODULE 1 :**"GÉNERER DU TRAFIC EN MAGASIN
GRACE AUX RESEAUX SOCIAUX"****PROGRAMME**Jour 1

- Identifier clairement ses clients , sa cible
- Définir son image
- Identifier les différents réseaux sociaux, leur fonctionnalité et leur intérêts(Instagram, Facebook, LinkedIn, Snap, TikTok)
- Choisir le réseau social le plus pertinent par rapport à votre objectif et à votre cible

- Explorer le réseau social choisi
- Utiliser les fonctionnalités de base, maîtriser le vocabulaire
- Créer sa page
- Conquérir de nouveaux abonnés , l'importance du visuels, les #, les erreurs à éviter

Jour2

- Définir une identité visuelle et esthétique
- Respecter les formats
- les erreurs à éviter
- trouver des sites d'inspiration
- Identifier les différents outils de création (Canva, Inshot, Cupcut, VM, Ligthroom, Layout, photogrid, VM, mojostory)
- Les bases de la mise en valeur produit
- Programmer des posts
- Les campagnes publicitaires
- Recruter en 2023 grâce au réseaux sociaux

OBJECTIFS :

- Définir votre identité sur les réseaux sociaux en fonction de votre cible client
- Ecrire votre stratégie de recrutement client sur 1 an
- Choisir le réseau social le plus pertinent en fonction de votre stratégie
- Utiliser les fonctionnalités de base du réseau social choisi(Facebook ou Instagram ou LinkedIn ou Snapchat ou Tik Tok)
- Identifier les méthodes pour conquérir de nouveaux abonnés et clients
- Définir votre identité visuelle
- Respecter les formats
- Identifier les différents outils de création de contenu
- Programmer vos posts

PUBLIC :

- Toute personne voulant recruter de nouveaux clients grâce aux réseaux sociaux

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 2 jours
- 16 heures

PRIX :

- 880 euros par personne



RESEAUX SOCIAUX

MODULE 1 :

"GÉNERER DU TRAFIC EN MAGASIN GRACE AUX RESEAUX SOCIAUX"

PROGRAMME

- Identifier clairement ses clients , sa cible
- Définir son image
- Identifier les différents réseaux sociaux, leur fonctionnalité et leur intérêts(Instagram, Facebook, LinkedIn, Snap, TikTok)
- Choisir le réseau social le plus pertinent par rapport à votre objectif et à votre cible
- Explorer le réseau social choisi
- Utiliser les fonctionnalités de base, maîtriser le vocabulaire
- Créer sa page
- Conquérir de nouveaux abonnés , l'importance du visuels, les #, les erreurs à éviter
- Définir une identité visuelle et esthétique
- Respecter les formats
- les erreurs à éviter
- trouver des sites d'inspiration
- Identifier les différents outils de création (Canva, Inshot, Cupcut, VM, Ligthroom, Layout, photogrid, VM, mojustory)
- Les bases de la mise en valeur produit
- Programmer des posts
- Les campagnes publicitaires
- Recruter en 2023 grâce au réseaux sociaux

OBJECTIFS :

- Définir votre identité sur les réseaux sociaux en fonction de votre cible client
- Ecrire votre stratégie de recrutement client sur 1 an
- Choisir le réseau social le plus pertinent en fonction de votre stratégie
- Utiliser les fonctionnalités de base du réseau social choisi(Facebook ou Instagram ou LinkedIn ou Snapchat ou Tik Tok)
- Identifier les méthodes pour conquérir de nouveaux abonnés et clients
- Définir votre identité visuelle
- Respecter les formats
- Identifier les différents outils de création de contenu
- Programmer vos posts

PUBLIC :

- Toute personne voulant recruter de nouveaux clients grâce aux réseaux sociaux

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 1 jours
- 8 heures

PRIX :

- 440 euros par personne



RESEAUX SOCIAUX

MODULE 2

"METTRE EN VALEUR VOS PRODUITS SUR LES RESEAUX SOCIAUX"



PROGRAMME

Cette formation porte soit sur du contenu Photo soit sur du contenu Vidéo

- Ecrire la stratégie de communication les réseaux sociaux
- Différencier l'objectif d'un contenu photo et d'un contenu- vidéo
- Identifier pourquoi l'un ou l'autre réponde au mieux à votre objectif préalablement écrit.
- Identifier et utiliser les fonctionnalité gratuites de bases des applications Lightroom ou VN pour le contenu Photo et Cupcut pour le contenu vidéo

Jour 2

- Mettre en valeurs vos produits : porté ou non porté, en intérieur ou en extérieur
- Créer des photos ou des vidéos de qualité
- Distinguer un contenu photo ou vidéo de qualité d'un contenu de qualité moindre
- Identifier les points d'amélioration d'une vidéo ou d'une photo
- Corriger les points d'amélioration

OBJECTIFS :

- Ecrire votre stratégie de communication sur les réseaux sociaux
- Différencier l'objectif d'un contenu vidéo d'un contenu photo
- Utiliser les fonctionnalités gratuites de bases des applications Lightroom ou VN pour la photo et Cupcut pour la vidéo.
- Prendre des photos de vos produits portés et non portés, en intérieur et en extérieur avec un smartphone

ou

- Réaliser des vidéos de vos produits portés et non portés, en intérieur et en extérieur avec un smartphone

- Identifier les points d'amélioration de vos contenus et à corriger

PUBLIC :

- Toute personne ayant la responsabilité du recrutement.

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 1 jours
- 8 heures

PRIX :

- 440 euros par personne



VENDRE ET NÉGOCIER

JOUR 1



PROGRAMME

MAITRISER LES TECHNIQUES DE VENTE

1 - Cerner les attentes clients et le parcours client

- Intégrer les différentes étapes du processus de vente.

Mise en situation "vos clients sont dans la salle".

2 - Contacter pour enclencher le dialogue

- Donner envie par une prise de contact positive et motivante.
- Susciter l'intérêt par une accroche vendeuse.

Mise en situation: "Entraînement sur la prise de contact"

3 - Connaître les besoins du client pour adapter son offre

- Tout découvrir de la situation, des besoins du client.
- Déterminer les motivations réelles.
- Questionner le client : techniques et bonnes pratiques.

Mise en situation: "Entraînement sur le questionnement"

4 - Convaincre des bénéfices de l'offre pour persuader d'acheter

- Construire et présenter des arguments percutants.
- Valoriser son prix.
- Répondre en souplesse aux objections du client.

Mise en situation : Entraînement sur l'argumentation et les objections.

5 - Conclure la vente pour emporter la commande

- Saisir le bon moment pour conclure
- Engager le client à l'achat.
- Verrouiller la suite à donner et les engagements mutuels.

6 -Consolider la relation pour mieux fidéliser le client

- Poursuivre l'expérience client après la vente.
- Rester dans le paysage du client pour fidéliser et revendre.

Mise en situation : Entraînement sur les étapes de conclusion et fidélisation

OBJECTIFS :

- Identifier les étapes de la vente
- Identifier les éléments clés de la communication verbale et non-verbale dans le dialogue
- Identifier les motivations réelles de votre client
- Pratiquer le questionnement et l'écoute active
- Construire un argumentaire percutant en accord avec les besoins du client.
- Identifier les signaux verbaux et non verbaux chez son client pendant l'argumentaire et la conclusion de vente
- Planifier des prises de contact régulières avec vos clients pour rester dans son paysage

PUBLIC :

- Tout commercial B to B en prise de fonction ou souhaitant acquérir les techniques de vente.
- Toute personne souhaitant s'orienter vers un métier commercial.

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 1 journée
- 8 heures



VENDRE ET NÉGOCIER

JOUR 2



PROGRAMME

NEGOCIATION COMMERCIALE

1- Anticipez pour mieux négocier !

- Vendre avant de négocier.
- Identifier l'impact d'un effort sur les conditions de vente sur sa rentabilité.
- Mesurer les enjeux de la négociation : pour soi, pour le négociateur.

Entraînement de négociation simple pour repérer les pratiques efficaces.

2 - Osez afficher la valeur de votre offre !

- Fixer des objectifs ambitieux.
- Déterminer ses marges de manœuvre.
- Préparer ses arguments.

Mise en situation : Exercice pratique de préparation de négociation.

3 - Résistez à l'objection prix !

- Oser mettre la barre haut.
- Valoriser son prix sans le justifier.
- Résister aux demandes de concession.

Entraînement : défendre son prix.

4 - Obtenez des contreparties !

- Identifier des contreparties à forte valeur ajoutée pour son entreprise.
- Donner envie au négociateur d'échanger
- Obtenir l'engagement sur la contrepartie.

Mise en situation : Exercice de recherche de contreparties.

5 - Limitez vos concessions !

- Dire non à certaines concessions.
- Orienter les demandes de votre client vers des concessions : moins coûteuses ; non récurrentes.
- Montrer qu'il n'y a plus rien à négocier.

Mise en situation : Entraînement à savoir dire NON

6 - Engagez-vous vers la conclusion !

- Verrouiller la négociation
- Rester serein(e) face aux tentatives de déstabilisation.

Mise en situation: Entraînement sur les étapes de la conclusion

OBJECTIFS :

- Identifier les enjeux de la négociation pour l'ensemble de ses acteurs
- Fixer des objectifs ambitieux
- Déterminer sa marge de manœuvre
- Valoriser son prix
- Identifier des contreparties à forte valeur ajoutée pour son entreprise
- Mettre en place une méthodologie pour orienter les demandes clients vers des concessions moins coûteuses pour votre entreprise
- Utiliser les techniques de communication verbales et non verbales pour se montrer ferme face au client

PUBLIC :

- Commercial, technico-commercial, ingénieur d'affaires rompus à la pratique des techniques de vente et devant négocier ses conditions.
- Entreprise désirant former ses commerciaux à la "négo" pour augmenter la rentabilité des ventes.
- Vendeur de la grande distribution

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 1 journée
- 8 heures



MANAGER FORMATEUR

"BIEN PLUS QUE LA MAITRISE DES CONNAISSANCES,
LA CAPACITÉ DE LES TRANSMETTRE "

PROGRAMME

JOUR 1- SE PREPARER et IDENTIFIER SON RÔLE

Accueil, présentation et objectif de la formation

1- Préparer l'arrivée du collaborateur

- Préparer des conditions d'accueil optimales
- Responsabiliser les membres de votre équipe dans leur participation à l'intégration

2-Planifier le parcours d'apprentissage

A partir de la fiche de poste du futur collaborateur:

- Etablir la liste des missions à traiter
- Dissocier les tâches par catégorie(administrative/logistique/humaines)
- Attribuer pour chacune des tâches une partie théorique et pratique
- Créer un retroplanning du parcours d'apprentissage en accord avec le planning magasin et les objectifs de la marque

3- Manager-Formateur

- Définir ce qu'est un "Manager Formateur" son rôle et sa posture
- L'importance de la communication Verbale et Non Verbale
- Insuffler l'énergie et la confiance
- les 3 questions à se poser avant de former le collaborateur sur une tâche
- Comprendre et mettre ne place le curcus d'apprentissage

PUBLIC :

- Managers ou Responsables de magasin en charge de la formation de nouveaux collaborateurs notamment de nouveaux responsables de magasin

OBJECTIFS JOUR 1 :

- Préparer des conditions d'accueil optimale pour le nouveau collaborateur en formation
- Créer un outil de planification pour organiser le parcours d'apprentissage du formé
- Etablir une liste claire des missions à traiter
- Définir le rôle de "Manager-Formateur"
- Identifier sa posture
- Identifier l'importance de la communication Verbale et Non-Verbale

PRÉ-REQUIS :

- Aucun

DURÉE :

- 1 jour
- 7 heures



MANAGER FORMATEUR

"BIEN PLUS QUE LA MAITRISE DES CONNAISSANCES,
LA CAPACITÉ DE LES TRANSMETTRE "

PROGRAMME

JOUR 2- TRANSMETTRE ET ACCOMPAGNER

Point rapide sur la journée de la veille et présentation des objectifs de cette deuxième journée de formation

4-Intégrer le collaborateur

- Donner une première bonne impression
- Se présenter et présenter l'entreprise et ses valeurs
- Définir ensemble le rôle de chacun
- Déterminer ses objectifs et ses attentes
- Présenter le planning de formation à venir
- Sensibiliser le collaborateur sur le savoir-être attendu (avec vous comme avec les équipes)

5-Transmettre et débriefer

- Expliquer clairement une tâche et donner du sens
- Définir des objectifs SMART
- Débriefer et évaluer le collaborateur pour définir des points de progression et capitaliser sur les points forts
- Développer la confiance en soi et la prise d'initiative du collaborateur
- Etablir un lien de confiance entre le formateur et le formé

5-Le bilan de sa formation

- Faire le bilan de sa formation
- Formaliser et remonter les informations à la hiérarchie
- Rassurer et encourager
- Garder le contact avec le collaborateur

OBJECTIFS JOUR 2 :

- Intégrer le collaborateur et définir les objectifs de celui-ci dans sa période d'apprentissage
- Identifier le rôle du "formé" et le rôle du "formateur "
- Expliquer une tâche en établissant un objectif SMART
- Evaluer et débriefer le collaborateur sur la réalisation d'une tâche
- Capitaliser sur les points forts du collaborateur pour développer la confiance
- Lister les axes de progrès et formaliser
- Ecrire un bilan précis des points acquis et non acquis et transmettre l'information à sa hiérarchie

DURÉE :

- 1 jour
- 7 heures





FORMATION

ETRE MANAGER

JOUR 1

PROGRAMME

Accueil, présentation et objectif de la formation

Séquence 1 : «Le self management au service de la performance»

- Identifier le rôle et les missions d'un Manager
- Débriefing du TEST GRI
- Mieux se connaître pour bien accompagner son équipe
- Définir les règles et les valeurs de votre entreprise pour une culture d'entreprise qui vous ressemble
- Définir ses attentes vis à vis de ses équipes par rapport à son objectif annuel
- Avoir une vision à court et à long terme
- Transmettre les valeurs de son entreprises et fédérer votre équipe autour de votre culture d'entreprise
- Donner du sens aux règles établies
- Etablir une fiche de poste par collaborateurs avec des missions précises

OBJECTIFS JOUR 1 :

- Définir le rôle et missions du Manager
- Identifier les composantes de sa personnalité de Manager
- Identifier l'importance du "Self Management"
- Définir les règles et valeurs de son entreprise
- Définir ses attentes par rapport à ses collaborateurs
- Suivre une méthodologie pour expliquer et donner du sens à son équipes à ces valeurs et ces règles.

PUBLIC :

- Managers
- Dirigeants

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 1 jour
- 7 heures





FORMATION

ETRE MANAGER

JOUR 2

PROGRAMME

Séquence 2 : « L'excellence managériale au service de l'entreprise »

Manager l'équipe:

- L'enjeux des leviers de motivation
- Identifier les leviers de motivation de ses équipes
- Suivez les résultats collectifs
- Planifier vos réunions d'équipes
- Encourager Re-Motiver vos troupes
- Féliciter

Manager chacun des collaborateur :

- Déléguer une tâche de façon précise autour d'un objectif SMART
- Donner du sens à la tâche
- Evaluer et débriefier le collaborateur
- Etablir les points de progression pour redéfinir des objectifs
- Relever les points forts pour capitaliser
- Développer la confiance en soi du collaborateur et la prise d'initiative
- Encourager Re-Motiver
- Féliciter
- Formaliser la progression d'un collaborateur
- Plannifier des points réguliers individules entretien de pilotage

OBJECTIFS JOUR 2 :

- Expliquer une tâche en établissant un objectif SMART
- Evaluer et débriefier le collaborateur sur le réalisation d'une tâche
- Capitaliser sur les points forts du collaborateur pour développer la confiance
- Lister les axes de progrès
- Ecrire un bilan précis des points acquis et non acquis et transmettre l'information à sa hiérarchie

PUBLIC :

- Managers
- Dirigeants

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 1 jour
- 7 heures





PROGRAMME

Séquence 3 : «Anticiper et gérer le conflit avec un collaborateur»

Identifier les sources et les conséquences des conflits

- Qu'est ce qu'un conflit?
- La structure du conflit et ses 4 étapes
- Les réactions face à un conflit

Brainstorming : Partage et retour d'expérience : identifier et partager les problématiques rencontrées dans votre entreprise

Résolution du conflit

- Le rôle du Manager - Médiateur
- Appliquer les techniques de bases de la CNV (communication non violente)
- Le manager définit un plan d'action de sortie de " crise "

Mise en situation : à partir de situations types, recherche et expérimentation du meilleur scénario de résolution du conflit

Prévenir le conflit

- Repérer les signaux d'alerte : verbaux, non verbal, type de personnalité...
- Comprendre les différentes sources de conflits
- Maîtriser les techniques de communication pour prévenir les conflits et instaurer un climat de confiance

Mise en situation : expérimentation des attitudes favorisant un bon climat dans l'équipe

OBJECTIFS JOUR 3 :

- Identifier les sources et conséquences des conflits.
- Reconnaître et gérer les conflits interpersonnelles.
- Appliquer des méthodologies de médiation
- Définir le rôle du Manager - Médiateur
- Construire un plan d'action de "crise"
- Repérer les signaux d'alerte verbaux et non verbaux chez un collaborateur.

PUBLIC :

- Managers
- Dirigeants

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 1 jour
- 7 heures



NOUS CONTACTER



06.61.56.50.37

charlinerocher@weprogess.fr

06.52.53.44.74

christophe_dao@weprogess.fr

