

L'employé commercial (450 heures dont 150 en e-learning)

PARCOURS 1 — Approvisionner l'unité marchande

MODULE 1 — Réceptionner et contrôler les marchandises

Durée e-learning : 14 h

1. Objectifs pédagogiques

À l'issue du module, l'apprenant sera capable de :

- Identifier les **documents commerciaux** utilisés lors d'une réception (BC, BL, facture).
- Réaliser un **contrôle quantitatif et qualitatif** d'une livraison.
- Comparer les informations du **bon de commande** et du **bon de livraison**.
- Repérer, consigner et transmettre les **anomalies**.
- Appliquer les règles de **traçabilité** et de classement documentaire.

Ces objectifs reprennent fidèlement les attendus du programme :

« Les documents commerciaux ; contrôle qualité et quantité des colis et leurs contenus ; comparer le BC et le BL. » « Relever et transmettre les anomalies rencontrées ; classer les documents de réception et de traçabilité. »

2. Architecture du module e-learning

Le module est découpé en **6 séquences** courtes (micro-learning), pour favoriser la mémorisation et l'autonomie.

◆ Séquence 1 — Le circuit des marchandises (1 h)

Format : vidéo + schéma interactif **Contenus** :

- Le parcours d'une commande : fournisseur → transport → réception → réserve → rayon.
- Les acteurs impliqués.
- Les risques d'erreurs et leurs impacts.

Activité :

- *Drag & drop* : reconstituer le circuit logistique.

◆ Séquence 2 — Les documents commerciaux (3 h)

Format : capsule + activité interactive **Contenus** :

- Bon de commande (BC) : rôle, informations clés.
- Bon de livraison (BL) : rôle, mentions obligatoires.

- Facture : lien avec la réception.
- Documents internes : fiche de non-conformité, registre de traçabilité.

Activités :

- Associer chaque document à sa définition.
- Identifier les éléments obligatoires sur un BL.
- Reconstituer un dossier de réception complet.

♦ **Séquence 3 — Contrôler une livraison (4 h)**

Format : simulation + photos réelles **Contenus :**

- Contrôle quantitatif : nombre de colis, unités, références.
- Contrôle qualitatif : état des colis, DLC, DLUO, casse, température.
- Méthode de comparaison BC/BL.
- Cas particuliers : produits frais, surgelés, non alimentaires.

Activités :

- Simulation : contrôler une palette (photos + anomalies à repérer).
- Exercice guidé : comparer BC et BL et valider la réception.
- Mini-jeu : “Vrai / Faux” sur les bonnes pratiques.

♦ **Séquence 4 — Repérer et transmettre les anomalies (2 h)**

Format : étude de cas + formulaire interactif **Contenus :**

- Types d’anomalies : manquants, surplus, casse, erreur de référence, DLC courte.
- Comment rédiger un signalement clair.
- À qui transmettre selon l’organisation.

Activités :

- Étude de cas : analyser une livraison problématique.
- Remplir une fiche d’anomalie numérique.

♦ **Séquence 5 — Traçabilité et classement documentaire (2 h)**

Format : capsule + activité **Contenus :**

- Pourquoi la traçabilité est obligatoire.
- Classement des documents : ordre chronologique, archivage.
- Mise à jour des stocks via outils numériques.

Activités :

- Classer des documents dans le bon ordre.

- Mise à jour d'un stock fictif.

♦ Séquence 6 — Synthèse & entraînement (2 h)

Format : révision + quiz final **Contenus :**

- Les étapes clés de la réception.
- Les erreurs à éviter.
- Les bonnes pratiques professionnelles.

Évaluation :

- Quiz “Procédures de réception des marchandises”.
- Exercice final : valider une réception complète.



3. Évaluation du module

- **Quiz final** (automatique).
- **Exercice pratique** : comparer BC/BL et valider une réception.
- **Critères** : exactitude, rigueur, capacité à repérer les anomalies.



4. Livrables pédagogiques intégrés

- Vidéos explicatives
- Schémas interactifs
- Simulations de réception
- Activités de classement
- Études de cas
- Quiz final



5. Style pédagogique

- Clair, rassurant, progressif
- Beaucoup de visuels (documents, colis, rayons)
- Activités courtes et variées
- Mise en situation réaliste (photos de palettes, BL, anomalies)

MODULE 2 — Traçabilité et mise à jour des stocks

Durée e-learning : 14 h



Objectifs pédagogiques

L'apprenant sera capable de :

- Expliquer les enjeux de la **traçabilité** en magasin.

- Identifier les **documents et outils** utilisés pour tracer les produits.
- Mettre à jour les **stocks** via les outils numériques.
- Réaliser un **inventaire tournant** et interpréter les écarts.
- Appliquer les règles de **sécurité, hygiène et conservation** liées à la traçabilité.

Ces objectifs reprennent les attendus du programme :

« Traçabilité des produits ; mise à jour des stocks ; inventaires tournants ; règles d'hygiène et de sécurité. »



Architecture du module

Le module est structuré en **6 séquences** progressives, alternant théorie, cas pratiques et simulations.

♦ Séquence 1 — Comprendre la traçabilité (2 h)

Format : vidéo + schéma interactif **Contenus** :

- Définition et enjeux : sécurité alimentaire, conformité, responsabilité.
- Traçabilité amont / interne / aval.
- Obligations légales selon les familles de produits.

Activités :

- Associer les étapes de traçabilité à leur définition.
- Mini-quiz : “Pourquoi tracer un produit ?”.

♦ Séquence 2 — Les outils et documents de traçabilité (3 h)

Format : capsule + photos de documents réels **Contenus** :

- Étiquettes logistiques, codes-barres, numéros de lot.
- Registres de traçabilité (papier / numérique).
- Documents internes : fiches de suivi, relevés de température, DLC/DLUO.

Activités :

- Identifier les informations clés sur une étiquette.
- Compléter un registre de traçabilité numérique.

♦ Séquence 3 — Mettre à jour les stocks (4 h)

Format : simulation + exercices guidés **Contenus** :

- Les différents types de stocks : théorique, physique, disponible.
- Mise à jour via outils numériques : PDA, logiciel de gestion, caisse.
- Entrées / sorties / corrections.

- Impacts d'une mauvaise mise à jour : ruptures, surstocks, pertes.

Activités :

- Simulation : enregistrer une entrée en stock.
- Exercice : corriger un stock erroné.
- Jeu : "Trouve l'erreur dans le stock".

♦ **Séquence 4 — Réaliser un inventaire tournant (3 h)**

Format : étude de cas + pas-à-pas interactif **Contenus :**

- Objectifs de l'inventaire tournant.
- Méthodologie : préparation, comptage, saisie, validation.
- Analyse des écarts : causes possibles, actions correctives.

Activités :

- Comptage virtuel d'un rayon (photos + références).
- Analyse d'un écart de stock et proposition d'actions.

♦ **Séquence 5 — Hygiène, sécurité et conservation (1 h)**

Format : capsule + quiz **Contenus :**

- Règles de conservation selon les familles de produits.
- Suivi des DLC, DLUO, températures.
- Risques en cas de non-respect.

Activités :

- Quiz "Bonnes pratiques de conservation".

♦ **Séquence 6 — Synthèse & entraînement (1 h)**

Format : révision + quiz final **Contenus :**

- Les étapes clés de la traçabilité.
- Les bonnes pratiques de mise à jour des stocks.
- Les erreurs fréquentes à éviter.

Évaluation :

- Quiz final "Traçabilité et gestion des stocks".
- Exercice : réaliser une mise à jour de stock complète.



Évaluation du module

- Quiz final automatique.
- Étude de cas : inventaire tournant + analyse d'écarts.

- Critères : exactitude, rigueur, compréhension des enjeux de traçabilité.

Livrables pédagogiques intégrés

- Vidéos explicatives
- Schémas interactifs
- Simulations de mise à jour de stock
- Études de cas
- Quiz final

MODULE 3 — Préparer la mise en rayon

Durée e-learning : 14 h

Objectifs pédagogiques

L'apprenant sera capable de :

- Identifier les règles de **sécurité, hygiène et manutention** liées à la mise en rayon.
- Organiser la **préparation du rayon** : matériel, produits, documents.
- Comprendre les principes de **rotation des produits** (FIFO, DLC, DLUO).
- Préparer les produits pour une mise en rayon efficace : déconditionnement, étiquetage, facing.
- Appliquer les règles de **propreté, rangement et prévention des risques**.

Ces objectifs reprennent les attendus du programme :

« Préparation de la mise en rayon ; règles d'hygiène et de sécurité ; rotation des produits ; organisation du poste de travail. »

Organisation du module

Le module est structuré en **6 séquences** progressives, alternant théorie, démonstrations et mises en situation.

◆ Séquence 1 — Les enjeux de la mise en rayon (1 h)

Format : vidéo + schéma interactif **Contenus** :

- Rôle de la mise en rayon dans l'expérience client.
- Impact sur les ventes, la sécurité et l'image du magasin.
- Les responsabilités de l'employé commercial.

Activité :

- Mini-quiz : "Pourquoi la mise en rayon est stratégique ?".

◆ Séquence 2 — Sécurité, hygiène et manutention (3 h)

Format : capsule + démonstration vidéo **Contenus :**

- Gestes et postures : prévention des TMS.
- Manipulation des charges : diable, transpalette, chariot.
- Hygiène : lavage des mains, tenue professionnelle, règles alimentaires.
- Zones à risque : réserves, allées, zones froides.

Activités :

- Identifier les risques sur des photos de situations réelles.
- Exercice : choisir le bon équipement selon la tâche.

◆ **Séquence 3 — Préparer le poste de travail (2 h)**

Format : activité interactive + checklist **Contenus :**

- Matériel nécessaire : cutter sécurisé, gants, chariot, étiqueteuse.
- Organisation de la réserve : zones, circulation, rangement.
- Préparation des documents : planogrammes, consignes, fiches produits.

Activités :

- Construire une checklist de préparation.
- Associer chaque outil à son usage.

◆ **Séquence 4 — Rotation des produits (3 h)**

Format : simulation + photos de rayons **Contenus :**

- Méthode FIFO (First In, First Out).
- Gestion des DLC, DLUO, dates courtes.
- Cas particuliers : produits frais, surgelés, non alimentaires.
- Risques en cas de mauvaise rotation : pertes, gaspillage, non-conformité.

Activités :

- Simulation : réorganiser un rayon en appliquant la rotation.
- Exercice : repérer les erreurs de rotation sur photos.

◆ **Séquence 5 — Préparer les produits pour la mise en rayon (3 h)**

Format : démonstration + exercices pratiques **Contenus :**

- Déconditionnement sécurisé.
- Étiquetage : prix, promotions, codes-barres.
- Préparation du facing et des quantités.
- Gestion des emballages et déchets.

Activités :

- Exercice : choisir la bonne étiquette selon le produit.
- Mise en situation : préparer un lot pour le rayon.

♦ Séquence 6 — Synthèse & entraînement (2 h)

Format : révision + quiz final **Contenus :**

- Les étapes clés de la préparation.
- Les erreurs fréquentes à éviter.
- Les bonnes pratiques professionnelles.

Évaluation :

- Quiz final “Préparation de la mise en rayon”.
- Exercice : préparer un chariot complet pour un rayon donné.



Évaluation du module

- Quiz final automatique.
- Mise en situation : préparer un chariot de mise en rayon selon un planogramme.
- Critères : sécurité, organisation, respect des règles de rotation.



Livrables pédagogiques intégrés

- Vidéos de démonstration
- Checklists interactives
- Simulations de rotation
- Exercices de préparation produits
- Quiz final



Approche pédagogique

- Visuels concrets (rayons, produits, étiquettes, matériel).
- Activités courtes et variées pour maintenir l’attention.
- Mise en situation réaliste, proche du terrain.
- Progression logique : sécurité → organisation → préparation.

MODULE 4 — Mettre en rayon les produits

Durée e-learning : 14 h



Objectifs pédagogiques

L'apprenant sera capable de :

- Réaliser la **mise en rayon** dans le respect des consignes, du planogramme et des règles de sécurité.
- Appliquer les principes de **merchandising** : implantation, facing, lisibilité, attractivité.
- Gérer les **prix**, les **étiquettes**, les **promotions** et les **signalétiques**.
- Maintenir un **rayon propre, rangé et attractif** tout au long de la journée.
- Identifier et corriger les **anomalies de rayon** : ruptures, erreurs de prix, produits déplacés.

Ces objectifs reprennent les attendus du programme :

« Mise en rayon des produits ; respect du plan d'implantation ; étiquetage ; merchandising ; propreté et attractivité du rayon. »



Organisation du module

Le module est structuré en **6 séquences**, alternant démonstrations, simulations et mises en situation.

◆ Séquence 1 — Comprendre le rôle de la mise en rayon (1 h)

Format : vidéo + schéma interactif **Contenus** :

- Impact sur les ventes, la satisfaction client et l'image du magasin.
- Les responsabilités de l'employé commercial pendant la mise en rayon.
- Les interactions avec les autres services (réserve, caisse, manager).

Activité :

- Mini-quiz : "Qu'apporte une bonne mise en rayon ?".

◆ Séquence 2 — Lire et appliquer un planogramme (3 h)

Format : démonstration + exercices interactifs **Contenus** :

- Définition du planogramme et rôle dans le merchandising.
- Lecture des niveaux : tête de gondole, étagères, zones chaudes/froides.
- Respect des implantations : familles, marques, tailles, couleurs.
- Adaptation en cas de rupture ou de changement de gamme.

Activités :

- Reconstituer un rayon à partir d'un planogramme.
- Identifier les erreurs d'implantation sur photos.

◆ Séquence 3 — Réaliser la mise en rayon (4 h)

Format : simulation + photos réelles **Contenus** :

- Déballage sécurisé et préparation des produits.

- Organisation du chariot de mise en rayon.
- Placement des produits : hauteur, visibilité, cohérence.
- Facing : définition, importance, techniques.
- Gestion des quantités : éviter les trous, anticiper les besoins.

Activités :

- Simulation : mettre en rayon une famille de produits complète.
- Exercice : corriger un rayon mal implanté.
- Jeu : “Trouve l’erreur de facing”.

♦ **Séquence 4 — Étiquetage, prix et signalétique (3 h)**

Format : capsule + cas pratiques **Contenus :**

- Les différents types d’étiquettes : prix, promotions, balisage légal.
- Mise à jour des prix : cohérence entre rayon et caisse.
- Signalétique : lisibilité, emplacement, règles internes.
- Gestion des promotions : affichage, mise en avant, cohérence.

Activités :

- Associer chaque produit à la bonne étiquette.
- Corriger un rayon avec erreurs de prix.
- Mise en situation : installer une promotion.

♦ **Séquence 5 — Maintenir un rayon attractif (2 h)**

Format : étude de cas + checklist **Contenus :**

- Propreté : poussière, emballages, produits abîmés.
- Rangement continu : produits déplacés, facing régulier.
- Gestion des ruptures : signalement, alternatives, réassort.
- Surveillance des dates : DLC, DLUO, dates courtes.

Activités :

- Analyse d’un rayon “avant / après”.
- Construire une routine de contrôle du rayon.

♦ **Séquence 6 — Synthèse & entraînement (1 h)**

Format : révision + quiz final **Contenus :**

- Les étapes clés de la mise en rayon.
- Les erreurs fréquentes à éviter.

- Les bonnes pratiques professionnelles.

Évaluation :

- Quiz final “Mise en rayon”.
- Exercice : corriger un rayon complet (implantation + prix + facing).



Évaluation du module

- Quiz final automatique.
- Mise en situation : reconstituer un rayon conforme à un planogramme.
- Critères : respect des implantations, précision, attractivité du rayon.

MODULE 5 — Contrôler l'état du rayon et assurer le réassort

Durée e-learning : 14 h



Objectifs pédagogiques

L'apprenant sera capable de :

- Vérifier l'état général d'un rayon : propreté, remplissage, attractivité.
- Identifier les **ruptures**, les **erreurs de prix**, les **produits déplacés** ou abîmés.
- Réaliser un **réassort efficace** en respectant les règles de rotation et de sécurité.
- Maintenir un rayon attractif tout au long de la journée.
- Communiquer les anomalies et besoins de réapprovisionnement.

Ces objectifs reprennent les attendus du programme :

« Contrôle du rayon ; réassort ; attractivité ; gestion des ruptures ; communication interne. »



Organisation du module

Le module est structuré en **6 séquences**, alternant observation, analyse et mise en pratique.

◆ Séquence 1 — Comprendre les enjeux du contrôle de rayon (1 h)

Format : vidéo + schéma interactif **Contenus :**

- Pourquoi contrôler régulièrement un rayon.
- Impact sur les ventes, la satisfaction client et la sécurité.
- Les moments clés de contrôle : ouverture, pics d'affluence, fin de journée.

Activité :

- Mini-quiz : “À quoi sert un contrôle régulier ?”.

◆ Séquence 2 — Vérifier l'état du rayon (3 h)

Format : photos réelles + activité d'observation **Contenus :**

- Propreté : poussière, emballages, produits abîmés.
- Attractivité : facing, alignement, lisibilité.
- Cohérence : produits à la bonne place, respect du planogramme.
- Sécurité : produits tombés, allées encombrées.

Activités :

- Analyse de photos : repérer les anomalies.
- Exercice : classer les anomalies par niveau d'urgence.

♦ **Séquence 3 — Identifier et gérer les ruptures (2 h)**

Format : capsule + cas pratiques **Contenus :**

- Types de ruptures : réelle, temporaire, administrative.
- Causes possibles : stock erroné, livraison incomplète, forte demande.
- Actions à mener : signalement, alternatives, réassort immédiat.

Activités :

- Étude de cas : analyser une rupture et proposer une action.
- Jeu : “Rupture ou erreur de mise en rayon ?”.

♦ **Séquence 4 — Assurer le réassort (4 h)**

Format : simulation + démonstration **Contenus :**

- Organisation du chariot de réassort.
- Respect des règles de rotation (FIFO).
- Réassort en sécurité : circulation, gestes et postures.
- Mise à jour des stocks après réassort.

Activités :

- Simulation : réassort complet d'un rayon.
- Exercice : corriger un réassort mal réalisé.
- Mise en situation : réassort en période d'affluence.

♦ **Séquence 5 — Communiquer les anomalies et besoins (2 h)**

Format : étude de cas + formulaire interactif **Contenus :**

- À qui transmettre les informations : manager, réserve, caisse.
- Comment rédiger un message clair : produit, référence, problème, action.
- Suivi des demandes : traçabilité interne.

Activités :

- Rédiger un message de signalement.
- Compléter un formulaire numérique d'anomalie.

♦ Séquence 6 — Synthèse & entraînement (2 h)

Format : révision + quiz final **Contenus :**

- Les étapes clés du contrôle et du réassort.
- Les erreurs fréquentes à éviter.
- Les bonnes pratiques professionnelles.

Évaluation :

- Quiz final “Contrôle du rayon et réassort”.
- Exercice : analyser un rayon complet et proposer un plan d'action.



Évaluation du module

- Quiz final automatique.
- Mise en situation : contrôle complet d'un rayon + réassort.
- Critères : rigueur, réactivité, respect des règles de rotation et de sécurité.

MODULE 6 — Mettre en place les actions de promotion et de mise en avant

Durée e-learning : 14 h



Objectifs pédagogiques

L'apprenant sera capable de :

- Comprendre les enjeux commerciaux des **promotions** et des **misés en avant**.
- Installer une action promotionnelle dans le respect des consignes, du balisage et de la réglementation.
- Mettre en place une **tête de gondole**, une **mise en avant saisonnière** ou un **îlot promotionnel**.
- Assurer la **cohérence prix / affichage / produits**.
- Maintenir l'attractivité et la conformité de la zone promotionnelle pendant toute la durée de l'opération.

Ces objectifs reprennent les attendus du programme :

« Mise en place des actions de promotion ; balisage ; attractivité ; respect des consignes d'implantation et de sécurité. »



Organisation du module

Le module est structuré en **6 séquences**, alternant théorie, démonstrations, cas pratiques et mises en situation.

◆ **Séquence 1 — Comprendre les promotions et leur rôle (1 h)**

Format : vidéo + schéma interactif **Contenus :**

- Objectifs des promotions : attirer, dynamiser, écouler, fidéliser.
- Types de promotions : prix barrés, lots, remises immédiates, offres saisonnières.
- Impact sur le trafic et le panier moyen.

Activité :

- Mini-quiz : “Quel est l’objectif de cette promotion ?”.

◆ **Séquence 2 — Lire et appliquer un dossier promotionnel (3 h)**

Format : capsule + documents réels **Contenus :**

- Composition d’un dossier promo : produits, quantités, prix, affiches, plan d’implantation.
- Contraintes : dates, volumes, zones dédiées.
- Rôle du manager et de l’équipe commerciale.

Activités :

- Identifier les éléments clés d’un dossier promotionnel.
- Reconstituer un dossier complet à partir d’éléments dispersés.

◆ **Séquence 3 — Installer une mise en avant (4 h)**

Format : démonstration + simulation **Contenus :**

- Types de mises en avant : tête de gondole, podium, îlot, zone saisonnière.
- Respect du plan d’implantation : produits, quantités, niveaux.
- Sécurité : circulation, stabilité, hauteur, charges.
- Attractivité : couleurs, volumes, lisibilité.

Activités :

- Simulation : installer une tête de gondole complète.
- Exercice : corriger une mise en avant non conforme.
- Jeu : “Trouve l’erreur dans cette promotion”.

◆ **Séquence 4 — Balisage, prix et affichage réglementaire (3 h)**

Format : cas pratiques + photos réelles **Contenus :**

- Types d’affiches : prix promo, prix barré, remise immédiate, affichage légal.

- Cohérence prix / caisse / rayon.
- Règles de lisibilité : taille, emplacement, visibilité.
- Obligations légales : transparence, information du consommateur.

Activités :

- Associer chaque produit à la bonne affiche.
- Corriger un affichage erroné ou illisible.
- Mise en situation : installer un balisage complet.

♦ **Séquence 5 — Maintenir la promotion pendant toute sa durée (2 h)**

Format : étude de cas + checklist **Contenus :**

- Suivi des stocks : éviter les ruptures.
- Propreté et attractivité de la zone.
- Mise à jour des prix et affiches en cas de changement.
- Fin de promotion : démontage, rangement, retour des produits.

Activités :

- Analyse d'une promotion "avant / après".
- Construire une routine de contrôle promotionnel.

♦ **Séquence 6 — Synthèse & entraînement (1 h)**

Format : révision + quiz final **Contenus :**

- Les étapes clés d'une mise en avant réussie.
- Les erreurs fréquentes à éviter.
- Les bonnes pratiques professionnelles.

Évaluation :

- Quiz final "Actions promotionnelles".
- Exercice : installer une mise en avant complète à partir d'un dossier promo.



Évaluation du module

- Quiz final automatique.
- Mise en situation : installation d'une tête de gondole + balisage complet.
- Critères : conformité, attractivité, sécurité, cohérence prix.



PARCOURS 2 — Développer la relation client et accompagner le parcours d'achat

Durée totale : 70 h (10 h × 7 modules)

Ce parcours forme l'apprenant à devenir un interlocuteur fiable, professionnel et orienté satisfaction client.

MODULE 1 — Accueillir et orienter le client

Durée : 10 h

Compétences visées

- Adopter une posture professionnelle dès l'entrée en contact.
- Identifier les besoins du client dès les premières secondes.
- Orienter efficacement vers le bon rayon, produit ou service.
- Gérer plusieurs clients simultanément.

Contenus

- Les fondamentaux de l'accueil : sourire, disponibilité, langage corporel.
- Les différents types de clients : pressé, hésitant, autonome, exigeant.
- Techniques d'écoute active.
- Gestion du flux en magasin.
- Situations particulières : client perdu, client en situation de handicap, client non francophone.

Activités

- Jeux de rôle vidéo.
- Analyse de situations d'accueil.
- Exercices d'écoute active.
- Quiz final.

MODULE 2 — Identifier les besoins et reformuler

Durée : 10 h

Compétences visées

- Mener un questionnement efficace.
- Reformuler pour valider la compréhension.
- Détecter les motivations d'achat (prix, qualité, usage, urgence).
- Adapter son discours au profil client.

Contenus

- Les questions ouvertes / fermées / alternatives.
- Les motivations d'achat (méthode SONCAS).
- Les signaux verbaux et non verbaux.

- Les erreurs à éviter : supposer, couper la parole, orienter trop vite.

Activités

- Simulations de découverte client.
- Exercices de reformulation.
- Études de cas : profils clients variés.
- Quiz final.

MODULE 3 — Conseiller et argumenter

Durée : 10 h

Compétences visées

- Présenter un produit de manière claire et convaincante.
- Argumenter en fonction des besoins identifiés.
- Comparer plusieurs produits.
- Utiliser les supports d'aide à la vente.

Contenus

- Méthode CAP (Caractéristique – Avantage – Preuve).
- Argumentation personnalisée.
- Comparaison de gammes.
- Démonstration produit.
- Gestion des objections.

Activités

- Exercices CAP.
- Mise en situation : argumenter face à différents profils.
- Analyse d'objections.
- Quiz final.

MODULE 4 — Conclure la vente et accompagner jusqu'à l'encaissement

Durée : 10 h

Compétences visées

- Détecter les signaux d'achat.
- Proposer une conclusion naturelle et non forcée.
- Accompagner le client jusqu'à la caisse.
- Assurer une transition fluide avec l'équipe d'encaissement.

Contenus

- Les signaux verbaux et non verbaux d'achat.
- Techniques de conclusion : alternative, résumé, engagement.
- Accompagnement vers la caisse.
- Transmission d'informations à l'hôte(sse) de caisse.
- Dernière impression client.

Activités

- Simulations de conclusion.
- Exercices de détection des signaux d'achat.
- Quiz final.

MODULE 5 — Proposer les services et programmes de fidélité

Durée : 10 h

Compétences visées

- Présenter les services du magasin.
- Expliquer clairement les avantages du programme de fidélité.
- Proposer sans insister.
- Répondre aux questions et objections.

Contenus

- Les services : livraison, retrait, SAV, garanties, financement.
- Le programme de fidélité : avantages, conditions, inscription.
- Techniques de proposition naturelle.
- Gestion des refus.

Activités

- Jeux de rôle : proposer un service.
- Exercices d'explication du programme de fidélité.
- Quiz final.

MODULE 6 — Gérer les situations difficiles

Durée : 10 h

Compétences visées

- Garder son calme et adopter une posture professionnelle.
- Désamorcer un conflit.

- Gérer un client mécontent, agressif ou stressé.
- Appliquer les procédures internes.

Contenus

- Les causes de tension en magasin.
- Techniques de désescalade : écoute, empathie, reformulation.
- Limites du rôle : quand solliciter un manager.
- Situations sensibles : erreur de prix, rupture, attente, incident.

Activités

- Études de cas : clients difficiles.
- Simulations de désescalade.
- Quiz final.

MODULE 7 — Synthèse & mise en situation finale

Durée : 10 h

Compétences visées

- Mobiliser l'ensemble des compétences relationnelles.
- Gérer un parcours client complet.
- Analyser sa pratique et identifier ses axes de progression.

Contenus

- Rappel des étapes clés du parcours client.
- Mise en situation immersive :
 - Accueil
 - Découverte
 - Conseil
 - Conclusion
 - Proposition de services
 - Gestion d'une objection
- Auto-évaluation.

Activités

- Simulation complète.
- Quiz final.
- Grille d'auto-positionnement.

PARCOURS 3 — Dynamiser l'unité marchande

Durée totale : 70 h (10 h × 7 modules) Ce parcours forme l'apprenant à rendre le rayon attractif, performant et conforme aux objectifs commerciaux de l'enseigne.

MODULE 1 — Comprendre les enjeux du merchandising

Durée : 10 h

Objectifs du module

- Comprendre le rôle du merchandising dans la performance commerciale.
- Identifier les zones chaudes et froides du magasin.
- Lire et interpréter un plan d'implantation stratégique.

Contenus

Fondamentaux du merchandising

- Objectifs : attirer, orienter, vendre.
- Règles de circulation et de visibilité.
- Impact du merchandising sur le panier moyen.

Zones du magasin

- Zones chaudes / zones froides.
- Zones de transition.
- Points focaux et zones d'impulsion.

Plan d'implantation

- Lecture d'un plan stratégique.
- Cohérence marque / gamme / niveau de prix.
- Adaptation selon la saisonnalité.

Activités

- Analyse de plans d'implantation.
- Exercices : identifier les zones chaudes.
- Quiz final.

MODULE 2 — Construire un rayon attractif

Durée : 10 h

Objectifs du module

- Organiser un rayon selon les règles d'attractivité.
- Utiliser les techniques de mise en scène produit.
- Optimiser la lisibilité et la cohérence du rayon.

Contenus

Techniques d'attractivité

- Verticalité / horizontalité.
- Colorimétrie et cohérence visuelle.
- Mise en avant des produits phares.

Mise en scène

- Théâtralisation.
- Utilisation des volumes.
- Mise en avant des nouveautés.

Lisibilité

- Signalétique claire.
- Étiquetage cohérent.
- Hiérarchie visuelle.

Activités

- Reconstitution d'un rayon attractif.
- Analyse de rayons réels.
- Quiz final.

MODULE 3 — Mettre en œuvre les opérations commerciales

Durée : 10 h

Objectifs du module

- Préparer et installer une opération commerciale.
- Respecter les consignes d'implantation et de sécurité.
- Assurer le suivi pendant toute la durée de l'opération.

Contenus

Préparation

- Lecture du dossier opérationnel.
- Gestion des volumes et des stocks.
- Organisation du planning.

Installation

- Têtes de gondole.
- Podiums, îlots, zones saisonnières.
- Balisage promotionnel.

Suivi

- Réassort spécifique.
- Mise à jour des prix.
- Contrôle de la conformité.

Activités

- Mise en situation : installer une opération complète.
- Correction d'une opération non conforme.
- Quiz final.

MODULE 4 — Analyser les performances commerciales

Durée : 10 h

Objectifs du module

- Lire et interpréter les indicateurs de performance.
- Identifier les causes d'une baisse ou d'une hausse des ventes.
- Proposer des actions correctives.

Contenus

Indicateurs clés

- CA, marge, taux de transformation.
- Indice de vente, panier moyen.
- Taux de rupture, taux de démarque.

Analyse

- Comparaison N/N-1.
- Analyse par famille, par produit, par période.
- Identification des leviers de performance.

Actions correctives

- Réimplantation.
- Mise en avant.
- Ajustement des stocks.

Activités

- Études de cas chiffrées.
- Analyse d'un tableau de bord.
- Quiz final.

MODULE 5 — Optimiser la gestion des stocks

Durée : 10 h

Objectifs du module

- Comprendre l'impact des stocks sur la performance commerciale.
- Anticiper les besoins en fonction des ventes.
- Réduire les ruptures et les surstocks.

Contenus

Gestion des stocks

- Stock théorique / stock réel.
- Rotation des produits.
- Prévision des ventes.

Optimisation

- Ajustement des commandes.
- Gestion des dates courtes.
- Réduction des pertes.

Outils

- Tableaux de bord.
- Logiciels de gestion.
- Indicateurs de suivi.

Activités

- Simulation de gestion de stock.
- Analyse d'écarts.
- Quiz final.

MODULE 6 — Dynamiser le rayon au quotidien

Durée : 10 h

Objectifs du module

- Maintenir un rayon attractif en continu.

- Identifier les opportunités d'amélioration.
- Mettre en place des actions rapides et efficaces.

Contenus

Routine quotidienne

- Contrôle du facing.
- Vérification des prix.
- Gestion des ruptures.

Actions de dynamisation

- Mise en avant ponctuelle.
- Réorganisation rapide.
- Valorisation des produits à forte marge.

Communication interne

- Remontée d'informations.
- Coordination avec l'équipe.
- Suivi des actions.

Activités

- Analyse de rayons "avant / après".
- Mise en situation : dynamiser un rayon en 15 minutes.
- Quiz final.

MODULE 7 — Projet final : dynamiser une unité marchande

Durée : 10 h

Objectifs du module

- Mobiliser l'ensemble des compétences du parcours.
- Concevoir et mettre en œuvre un plan de dynamisation.
- Présenter et justifier ses choix.

Contenus

Étapes du projet

- Diagnostic du rayon.
- Définition des objectifs.
- Choix des actions : merchandising, promotion, réimplantation.
- Mise en œuvre.

- Évaluation des résultats.

Compétences mobilisées

- Analyse commerciale.
- Merchandising.
- Gestion des stocks.
- Communication.

Activités

- Projet complet en simulation.
- Présentation orale ou écrite.
- Évaluation finale.

PARCOURS 4 — Assurer la gestion de l'unité marchande

Durée totale : 70 h (10 h × 7 modules) Ce parcours forme l'apprenant à gérer les indicateurs, les stocks, les équipes, la sécurité et la conformité réglementaire d'un point de vente.

MODULE 1 — Suivre les indicateurs de performance

Durée : 10 h

Enjeux du module

Comprendre et analyser les données clés pour piloter l'activité quotidienne.

Contenus

Indicateurs commerciaux

- Chiffre d'affaires, marge, panier moyen.
- Indice de vente, taux de transformation.
- Analyse par famille, par produit, par période.

Indicateurs opérationnels

- Taux de rupture.
- Taux de démarque inconnue.
- Rotation des stocks.

Analyse et interprétation

- Comparaison N/N-1.
- Identification des leviers d'amélioration.
- Mise en place d'actions correctives.

Activités

- Analyse de tableaux de bord.
- Études de cas chiffrées.
- Quiz final.

Capsule théorique

Les indicateurs commerciaux essentiels

- **Chiffre d'affaires (CA) : total des ventes réalisées.**
- **Marge : différence entre prix de vente et coût d'achat.**
- **Panier moyen : $CA \div \text{nombre de tickets}$.**
- **Indice de vente : $\text{nombre d'articles vendus} \div \text{nombre de tickets}$.**
- **Taux de transformation : visiteurs → acheteurs.**

Les indicateurs opérationnels

- **Taux de rupture : produits absents du rayon.**
- **Taux de démarque inconnue : pertes non expliquées.**
- **Rotation des stocks : vitesse à laquelle un produit se vend.**

Activité pratique

Objectif : analyser un tableau de bord simplifié.

L'apprenant doit :

- repérer les indicateurs en baisse,
- identifier les causes possibles,
- proposer 3 actions correctives.

Étude de cas

Situation : le rayon boissons affiche un CA en baisse de 12 % et un taux de rupture élevé.

L'apprenant analyse :

- les données fournies,
- les photos du rayon,
- les retours clients.

Puis il propose un plan d'action.

Quiz (extrait)

1. Le panier moyen correspond à...
2. Un taux de rupture élevé entraîne...
3. L'indice de vente mesure...
4. Une démarque inconnue élevée peut être due à...
5. Le taux de transformation mesure...

MODULE 2 — Gérer les stocks et les approvisionnements

Durée : 10 h

Enjeux du module

Optimiser les stocks pour éviter ruptures, surstocks et pertes.

Contenus

Gestion des stocks

- Stock théorique vs stock réel.
- Prévision des besoins.
- Gestion des dates courtes.

Approvisionnements

- Calcul des quantités à commander.
- Suivi des livraisons.
- Ajustement en fonction des ventes.

Outils de gestion

- Logiciels de stock.
- Tableaux de suivi.
- Indicateurs d'alerte.

Activités

- Simulation de commande.
- Analyse d'écarts de stock.
- Quiz final.

Les types de stocks

- **Stock théorique : calculé par le logiciel.**
- **Stock réel : constaté physiquement.**
- **Stock disponible : vendable immédiatement.**

Les enjeux

- **Trop de stock = immobilisation + pertes.**
- **Pas assez de stock = ruptures + insatisfaction client.**

Approvisionnements

- **Calcul des besoins.**
- **Suivi des livraisons.**

- Ajustements selon les ventes.

Activité pratique

L'apprenant reçoit :

- un stock théorique,
- un stock réel,
- un historique de ventes.

Il doit :

- identifier les écarts,
- calculer la quantité à recommander,
- justifier son choix.

Étude de cas

Situation : un produit saisonnier se vend plus vite que prévu.

L'apprenant doit anticiper la demande et ajuster les commandes.

Quiz (extrait)

1. Le stock réel correspond à...
2. Une rupture peut être causée par...
3. Le stock théorique est...
4. Une commande trop élevée entraîne...
5. La rotation des stocks mesure...

MODULE 3 — Organiser le travail de l'équipe

Durée : 10 h

Enjeux du module

Planifier, répartir et suivre les tâches pour garantir l'efficacité collective.

Contenus

Organisation quotidienne

- Répartition des missions.
- Gestion des priorités.
- Briefing et débriefing.

Planification

- Création de plannings.
- Gestion des absences et imprévus.
- Coordination entre rayons.

Suivi

- Contrôle des tâches réalisées.
- Feedback constructif.
- Communication interne.

Activités

- Construction d'un planning.
- Mise en situation : répartition des tâches.
- Quiz final.

Les missions quotidiennes

- Répartition des tâches.
- Gestion des priorités.
- Briefing / débriefing.

Planification

- Création d'un planning équilibré.
- Gestion des absences.
- Coordination entre rayons.

Activité pratique

Créer un planning journalier pour une équipe de 4 personnes avec :

- 2 absences,
- une livraison imprévue,
- une opération commerciale en cours.

Étude de cas

Situation : l'équipe manque de coordination, les tâches se chevauchent.

L'apprenant doit proposer une nouvelle organisation.

Quiz (extrait)

1. Le briefing sert à...
2. Une bonne répartition des tâches permet...
3. Un planning doit être...
4. Une absence imprévue nécessite...
5. Le débriefing permet...

MODULE 4 — Animer l'équipe au quotidien

Durée : 10 h

Enjeux du module

Créer une dynamique positive pour améliorer la performance collective.

Contenus

Animation

- Fixation d'objectifs.
- Motivation individuelle et collective.
- Reconnaissance et valorisation.

Communication

- Transmission claire des consignes.
- Gestion des tensions.
- Écoute active.

Accompagnement

- Intégration des nouveaux.
- Suivi des compétences.
- Formation sur le terrain.

Activités

- Jeux de rôle d'animation.
- Analyse de situations managériales.
- Quiz final.

Les leviers de motivation

- **Reconnaissance.**
- **Objectifs clairs.**
- **Feedback constructif.**
- **Autonomie.**

Communication

- **Consignes précises.**
- **Écoute active.**
- **Gestion des tensions.**

Activité pratique

Rédiger un briefing du matin pour une équipe de 5 personnes, incluant :

- **objectifs du jour,**
- **priorités,**
- **points de vigilance.**

Étude de cas

Situation : un collaborateur démotivé baisse en performance.

L'apprenant propose un plan d'accompagnement.

Quiz (extrait)

1. Un objectif doit être...
2. La motivation repose sur...
3. Un feedback efficace est...
4. La communication interne permet...
5. Une tension non gérée entraîne...

MODULE 5 — Assurer la sécurité des personnes et des biens

Durée : 10 h

Enjeux du module

Garantir un environnement sûr pour les clients, les collaborateurs et les marchandises.

Contenus

Sécurité des personnes

- Prévention des accidents.
- Gestes et postures.
- Gestion des situations d'urgence.

Sécurité des biens

- Lutte contre la démarque inconnue.
- Contrôle des accès.
- Surveillance des zones sensibles.

Procédures internes

- Plans d'évacuation.
- Registres obligatoires.
- Rôles et responsabilités.

Activités

- Analyse de risques.
- Mise en situation : incident en magasin.
- Quiz final.

Sécurité des personnes

- **Prévention des accidents.**
- **Gestes et postures.**
- **Situations d'urgence.**

Sécurité des biens

- **Lutte contre la démarque inconnue.**
- **Contrôle des accès.**
- **Surveillance.**

Activité pratique

Analyser 5 photos de situations dangereuses et proposer des corrections.

Étude de cas

Situation : incident en réserve (chute d'un colis).

L'apprenant décrit la procédure à suivre.

Quiz (extrait)

1. **La démarque inconnue correspond à...**
2. **Un accident peut être évité grâce à...**
3. **Un plan d'évacuation doit être...**
4. **Les zones sensibles sont...**
5. **Un geste mal exécuté entraîne...**

MODULE 6 — Respecter la réglementation commerciale

Durée : 10 h

Enjeux du module

Appliquer les règles légales liées à la vente, à l'affichage et à la protection du consommateur.

Contenus

Affichage obligatoire

- Prix, promotions, informations légales.
- Transparence pour le consommateur.

Règles de vente

- Garanties légales.
- Droit de rétractation.
- Gestion des litiges.

Conformité

- Hygiène et sécurité.

- Normes produits.
- Contrôles internes.

Activités

- Correction d’affichages non conformes.
- Études de cas réglementaires.
- Quiz final.

Capsule théorique

Affichage obligatoire

- **Prix TTC.**
- **Promotions.**
- **Informations légales.**

Règles de vente

- **Garanties légales.**
- **Droit de rétractation.**
- **Gestion des litiges.**

Activité pratique

Corriger 6 affichages non conformes (prix, promotions, mentions légales).

Étude de cas

Situation : un client conteste un prix affiché.

L’apprenant doit appliquer la règle légale.

Quiz (extrait)

1. **Le prix affiché doit être...**
2. **Une promotion doit indiquer...**
3. **Le droit de rétractation s’applique...**
4. **Une garantie légale couvre...**
5. **Un affichage non conforme entraîne...**

MODULE 7 — Projet final : piloter une unité marchande

Durée : 10 h

Enjeux du module

Mobiliser toutes les compétences de gestion pour piloter un point de vente.

Contenus

Diagnostic complet

- Analyse des performances.
- Évaluation du merchandising.
- Contrôle des stocks.

Plan d'action

- Définition des priorités.
- Mise en place d'actions correctives.
- Suivi des résultats.

Présentation

- Justification des choix.
- Argumentation professionnelle.
- Projection sur l'amélioration continue.

Activités

- Projet complet en simulation.
- Présentation orale ou écrite.
- Évaluation finale.

Synthèse des compétences :

- **Analyse commerciale.**
- **Merchandising.**
- **Gestion des stocks.**
- **Organisation d'équipe.**
- **Sécurité et conformité.**

Activité pratique

Créer **un plan d'action complet** pour dynamiser un rayon :

- diagnostic,
- objectifs,
- actions,
- indicateurs de suivi.

Étude de cas

Simulation d'un magasin avec :

- baisse de CA,
- ruptures,
- équipe désorganisée,
- promotion mal installée.

L'apprenant doit proposer un plan global.

Quiz final

10 questions couvrant l'ensemble du parcours.