

PROGRAMME DE FORMATION

«DEMONSTRATEURS/ANIMATEURS – FORMATION PRESENTIELLE »

Objectifs

Le métier de démonstrateur/animateur ne ressemble à aucun autre. Cette formation a donc été conçue pour amener le vendeur « lambda » à aller au-devant du public pour faire la promotion de la marque qu'il représentera.

Ainsi à l'issue de la formation, le démonstrateur/animateur sera capable de :

- Théâtraliser son action
- Attirer les clients
- Conseiller et rassurer le futur consommateur
- Convaincre le futur consommateur d'acheter

Public et prérequis

Public concerné : animateurs et vendeurs débutants

Durée

L'action « démonstrateur/animateur » sera d'une durée de 3 jours, réparties comme suit :

- 1 jours de cours théorique
- 2 jours de travaux pratiques en situation.

Une journée comprend 8 heures de formation.

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Les moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Formation présentielle en salle avec vidéoprojecteur
- Documents pédagogiques de formation
- Etude et analyse de cas concrets
- Travail en groupe
- Jeux de rôles et de mise en scènes (filmés avec l'accord préalable des participants)
- Mise en situation réelle en rayon du GMS

La formation sera assurée par des animateurs/démonstrateurs de niveau expert

Contenu

Module 1 : Le fonctionnement d'un GMS

- Histoire de la grande distribution
- Organisation et fonctionnement des GMS
- La grande distribution en 2020

Module 2 : Savoir Communiquer

- L'écoute et la qualité des écoutes
- La communication verbale et non verbale
- Développer un climat de confiance
- Gérer son stress ou ses émotions
- Savoir se présenter (séance filmée)
- Le b.a.-ba de l'animation d'un rayon
 - La posture à privilégier lors du contact avec les clients
 - Le vocabulaire professionnel et propre à la culture du magasin/rayon
 - Le sourire et le savoir être !

Module 3 : Savoir Vendre

- La vente : l'entrée en contact, questionner et oser
 - Différence entre agressivité et « pressing »
 - Le questionnement ouvert et la notion d'insistance
 - Sortir des discours techniques et de raconter une histoire à ses clients
 - La vente est un cheminement, ne pas lâcher et surprendre
 - Comment répondre à cette question : pourquoi prendrais-je votre produit ?
- L'importance de l'accueil et des conditions de l'accueil. Bienvenue.
 - Le regard et la poignée de main
 - L'importance des premiers instants
 - Entrer dans les champs publics, proximité, l'approche

- Réaliser un inventaire des comportements et méthode de vente à adopter en fonction des profils clients

Module 4 : Théâtraliser et inventer un personnage (jeux de rôles - séances filmées)

- Inventer son propre argumentaire commercial
- Développer son propre scénario
- Entrer dans la « peau » d'un personnage rassurant et avenant

Module 5 : Mise en pratique en situation réelle en GMS

- Mise en pratique des modules précédant au sein d'un rayon de GMS

Suivi et évaluation

Outils de suivi mis en œuvre au début de la formation :

- Feuille de présence élargée par les stagiaires

Outils d'évaluation mis en œuvre au terme de la formation :

- Questions écrites de type QCM
- Auto-évaluation des acquis de la formation par questionnaire amenant à une réflexion sur un plan d'actions
- Debriefing/évaluation collective des séances filmées

Contact

Salwa MOUDJARI

Président de CANASTELE RH

1 Avenue de la résistance, 33310 LORMONT

Tel : 06.61.90.58.92

