

Vendeur Polyvalent textile



Vendeur polyvalent textile	Modalité de formation:  formation sur site (en présentiel)	Durée de formation:  155h
-------------------------------------	--	---

La formation est construite au regard des compétences attendues par les entreprises pour favoriser le maintien ou le retour rapide en emploi.

Métiers et emplois visés

Cette formation est destinée à toute personne souhaitant

- Se diriger vers un poste de vendeur dans un magasin de prêt-à-porter de produits neufs ou de produits de seconde-main.
- Travailler dans le domaine de la vente au sens large car cette formation permet d'acquérir toutes les compétences demandées à un vendeur : le vendeur accueille, informe et conseille la clientèle sur un point de vente, analyse ses besoins et lui vend des produits et services adaptés. Il fidélise la clientèle et traite les réclamations simples. Il assure le bon état marchand de son rayon ou son magasin et met en valeur les produits, en accord avec le merchandising de l'entreprise.

Publics

- Encadrant(e)s techniques d'insertion des structures du réseau de Tissons la Solidarité pour identifier les compétences et le niveau attendu pour la certification et donc pour mieux former et préparer les salariés en insertion au poste de travail dans la structure.
- Pour les salariés en insertion du réseau Tissons la solidarité.

Accessibilité handicap : merci de nous signaler tout besoin spécifique. Si nous ne pouvons pas y répondre, nous vous orienterons vers les organismes publics susceptibles de vous accompagner.



Objectifs pédagogiques de la formation

- Rechercher un emploi en tenant compte des différents segments du marché de la mode.
- Conseiller le client dans son achat sur les caractéristiques d'un produit (qualité, matière, style).
- Optimiser l'attractivité commerciale du point de vente en appliquant le merchandising et la communication de l'entreprise.
- Accueillir et identifier le besoin du client pour répondre à sa demande.
- Gérer l'encaissement, traiter les réclamations en caisse et fidéliser le client.
- Organiser la gestion du flux de marchandises de la réception des produits à la mise en rayon.

Contenu : modules techniques et professionnels

- Connaître le contexte professionnel pour se repérer dans les offres d'emploi.
- Connaître les secteurs du marché de la mode (de la haute-couture au bas-de-gamme).
- Connaître l'univers de la mode féminine les produits, les matières, les tendances).
- Réaliser la prise en charge des produits (évoluer dans les 3 zones de la réserve).
- S'assurer du bon état marchand de la surface de vente (merchandising, la vitrine).
- Faire vivre le lieu de vente : communication sur le lieu de vente et réseaux sociaux.
- Accueillir et accompagner le client tout au long de l'acte de vente : les 7 étapes de la vente.
- L'encaissement du paiement des produits.
- Traiter les réclamations des clients, fidéliser les clients en caisse.

Nombre de stagiaires

- Minimum 7 stagiaires
- Maximum 10 stagiaires

Lieu

- Théorie : salle de formation
- Pratique : boutique et atelier de tri

Pré requis

- Pratiquer la langue française à l'oral et à l'écrit avec un niveau au moins égal au niveau B1 du cadre européen commun de référence pour les langues (CERL).

Durée - 155h



Modalités et délais d'accès

Présentation de la formation par le conseiller en insertion professionnelle du salarié pour vérifier la pertinence de la formation au regard du projet professionnel de la personne.

- Réunion avec la directrice, l'encadrant technique et le conseiller en insertion, pour analyser les besoins de compétences du salarié et de l'employeur, et pour vérifier les prérequis et évaluer les acquis en amont de la formation avant l'inscription.
- Envoi du devis et de la convention.
- Le délai d'accès à la formation est d'environ de 15 jours à un mois selon le délai de traitement du dossier par l'Opco.

Méthodes pédagogiques

- Pour créer les meilleures conditions d'apprentissage des connaissances et des savoir-faire professionnels, le formateur propose alterne des séquences de face à face pédagogique, des études de cas, des jeux de rôle ou encore des exercices en situation réelle de travail.



Modalités d'évaluation

Evaluation à l'entrée de la formation

- Test de positionnement en début de formation pour permettre de situer le bénéficiaire par rapport aux objectifs visés de la prestation, en vue d'adapter sur-mesure le parcours au profil du bénéficiaire. Ce test sont aussi utilisés par le formateur pour guider l'apprentissage de l'apprenant.

Evaluations formatives

- **Au terme de chaque séquence de formation**
 - Quizz ou Questionnaire d'évaluation des connaissances.
- **Au terme de chaque module :**
 - Quizz ou Questionnaire d'évaluation des connaissances.

Evaluation sommative sur site

- Examen écrit et oral d'une durée totale de 7 heures, qui consiste en :
- Une étude de cas et des questions de connaissances pour les modules de 1 à 8, évalué sur 20. Il faut obtenir une moyenne de 10 pour chaque module pour obtenir la mention des connaissances sur l'attestation de compétences de ce module.
- Pour le module 3, s'ajoutent à l'étude de cas et les questions de connaissances, 15 minutes pour réaliser 3 portants (camaïeu, dégradé, contraste). Puis l'examineur évalue les portants à partir de la grille d'évaluation. L'évaluation est débriefée tout de suite après. Une note sur 20 est ensuite attribuée. La moyenne des notes des évaluations écrites et orales doit être de 20 minimum pour l'obtention de l'attestation de compétences de ce module.
- Pour le module 6, s'ajoutent à l'étude de cas et les questions de connaissances, oral de 15 minutes en simulation d'une situation client/vendeur pour dérouler les 7 étapes de la vente. Puis l'examineur évalue la prestation du candidat à partir de la grille d'évaluation. L'évaluation est débriefée tout de suite après. Une note sur 20 est ensuite attribuée. La moyenne des notes des évaluations écrites et orales doit être de 20 minimum pour l'obtention de l'attestation de compétences de ce module.

Une attestation globale est systématique et remise aux candidats avec le descriptif des compétences validées.

Un Certificat de réalisation est remis systématiquement.

Coût

26€/ par personne : prise en charge 100% OPCO. Le coût de la formation intègre l'organisation, l'animation, les supports, les frais des formateurs. Elle n'intègre pas les frais annexes des stagiaires (repas/déplacements et hébergement).



Pour toute demande d'information
concernant cette formation :
carolineportes@hotmail.com

EXEMPLES DE PAGES ISSUES DES SUPPORTS PÉDAGOGIQUES.

FICHE SYNTHÈSE

DRÔT-À- PRÊT-À-PORTER MILIEU DE GAMME

Le milieu de gamme, c'est l'ensemble des marques connues aussi sous le nom de **Fast Fashion**.

PARTICULARITÉS :

- Mode de consommation rapide
- Les clientes aiment les mélanger avec le Haut de gamme
- Qualité standard



PRIX : offres de prix très variées

MARCHÉ : prêt-à-porter milieu de gamme

CLIENTÈLE : tous les âges, consommatrice de mode

MARQUES : H&M, Mango, Zara

MANGO

ZARA

Les enseignes de la mode du milieu de gamme proposent des offres d'emplois de vendeurs polyvalents et de vendeurs conseil.s



Pull, veste et pantalon
Zara, sac Gucci

35

La robe droite courte sans manches - indémodable

La robe droite sans manches dégage les épaules ce qui donne un effet très féminin. Elle est de forme droite du buste aux genoux. La robe peut avoir des poches, une encolure ronde ou en V. La robe droite est une forme indémodable et indispensable dans une garde robe.

La robe de coupe droite sans manches est un produit indémodable, dans les couleurs neutres.



Noir : Viscose
Polyester



Beige : Soie



Marine : Coton



Blanc : Coton

Elle est un produit tendance, dans les couleurs du cercle chromatique.



Bleu : Lyocell



Jean clair : Denim fin



Rouge vif : Lin



Le dessin du
vêtement posé à plat



Aperçu du vêtement
porté

33

PROGRAMME DETAILLE VENDEUR POLYVALENT

Modalités pédagogiques : Pour chaque Module : Face à face pédagogique et mise en pratique

NOMBRE
HEURES
FORMATION
STAGIAIRE

INTRODUCTION : LE CONTEXTE PROFESSIONNEL		6
Séquence 1	Découvrir l'univers du commerce et de la distribution Les entreprises du commerce et de la distribution Offres d'emplois : ECM / Vendeur Polyvalent Textile / Vendeur en Friperie /Vendeuse Conseil Vendeur en friperie Un métier en mutation	3
Séquence 2	La classification de la distribution (sens économique) La classification par niveau (le circuit de distribution) La classification par la surface La classification par effectif de salariés La classification par le chiffre d'affaires La classification par méthodes de vente La classification par degré de spécialisation (l'assortiment de produit)	3
MODULE 1 : L'UNIVERS DE LA MODE - LES BASES		20
Séquence 1	Les secteurs du marché de la mode Le secteur de la Haute Couture Le secteur du Luxe Le secteur des Créateurs Le secteur du Prêt à porter qui se décompose en 4 gammes : o Prêt à porter PREMIUM o Prêt à porter HAUT DE GAMME o Prêt à porter MILIEU DE GAMME (Le fast fashion) o Prêt à porter BAS DE GAMME Le secteur du seconde main	4
Séquence 2	Les Matières, les Origines	5
Niveau :	L'apprenant apprend les bases des matières Les Fibres naturelles o Les Fibres Végétales o Les Fibres Animales Les Fibres chimiques o Les Fibres Artificielles o Les Fibres Synthétiques Quelles matières pour quels secteurs de marché ?	
Séquence 3	Les bases de la chaîne de fabrication textile	4
Niveau :	L'apprenant apprend la base de la fabrication textile Quelle fabrication pour quel marché ? À partir de la Fibre Le Filage Le Tissage Le Tricotage L'Ennoblement o La teinture o L'impression o La broderie o La dentelle	
Séquence 4	Le style du produit	4
Niveau :	L'apprenant apprend la base du style du produit Les basiques indémodables Les tendances	
Séquence 5	Les produits, les essentiels féminins	3
Niveau :	Reconnaitre un produit Maîtriser le vocabulaire technique des produits les plus courants Les pantalons/ Les jupes/ Les Hauts/Les Mailles / Les robes/ Les vestes/ Le perfecto/ Les manteaux/ Le Trench	

MODULE 2 : REALISER LA PRISE EN CHARGE DES PRODUITS		20
Séquence 1	Vérifier la livraison dans la zone de réception Contrôler le bon de livraison avec le bon de commande Faire le contrôle quantitatif des colis Faire le contrôle qualitatif des colis Emettre des réserves (faire des remarques) Finaliser la livraison	3
Séquence 2	Dans la zone de déballage Faire le contrôle quantitatif des produits Faire le contrôle qualitatif des produits Faire le rangement de la zone de déballage	3
Séquence 3	Rangement des marchandises dans la zone de stockage L'aménagement de la zone de stockage L'organisation des allées dans la zone de stockage Le classement des produits dans la zone de stockage L'emplacement des produits dans les allées de stockage	3
Séquence 4	L'étiquetage des produits L'étiquette du produit o L'origine géographique o La composition o L'entretien L'étiquette de prix o Lire un code – barres ou Gencod o Lire un code QR o Lire le logo Triman Lire les symboles et les codes d'entretien	3
Séquence 5	Les antivol Les marqueurs et aimants Les étiquettes	2
Séquence 6	La manutention en réserve Les engins de manutention Les gestes, les bonnes postures Les étiquettes de manutention	3
Séquence 7	Les règles d'hygiène et de sécurité Les règles d'hygiène Les règles de sécurité Focus : le risque d'incendie Focus : le risque d'accident Focus : le risque de confinement Focus : en cas de pandémie Les panneaux de signalisation relatifs à la santé et à la sécurité	3

MODULE 3 : ASSURER LE BON ETAT MARCHAND DE L'ESPACE DE VENTE - LES BASES		32
Séquence 1	Les 3 grands types de merchandising Le merchandising de gestion Le merchandising de séduction Le merchandising d'organisation	4
Séquence 2	L'harmonie des couleurs	4
Niveau	Maitriser les associations de couleurs Les neutres Le cercle chromatique Les associations de couleurs - o Monochrome - o Contraste - o Camaïeu - o Dégradé	
Séquence 3	Le mobilier de vente Les objectifs fonctionnels du mobilier Les objectifs esthétiques du mobilier Le mobilier de vente textile - o Le mobilier pour les produits pendus - o Le mobilier pour les produits pliés - o Le mobilier pour les produits pendus et pliés - o Les mannequins - o Le podium d'exposition - o Les portants accessoires - o La vitrine d'exposition - o La cabine d'essayage - o La cabine d'essayage connectée - o Le comptoir caisse Le mobilier en grandes surfaces	4
Séquence 4	Le merchandising extérieur : La vitrine La vitrine sonore La vitrine digitale La vitrine tactile La vitrine interactive Réaliser une vitrine traditionnelle	4
Séquence 5	Le merchandising d'organisation dans l'espace de vente	4
Niveau	Comprendre un plan d'implantation Les allées de circulation Les zones d'un magasin (Zone froide et Zone chaude) L'implantation des rayons dans les différentes zones - o Les différentes zones dans une grande surface - o Les différentes zones d'un magasin textile	
Séquence 6	Le merchandising d'organisation dans un rayon Les différents types de présentation (d'implantation) La présentation verticale - o La présentation verticale dans le merchandising de séduction - o La présentation verticale dans le merchandising de gestion La présentation horizontale - o La présentation horizontale dans le merchandising de séduction - o La présentation horizontale dans le merchandising de gestion Les hauteurs de présentation - o La hauteur de présentation dans le merchandising de séduction - o La hauteur de présentation dans le merchandising de gestion	4
Séquence 7	Merchandising des produits	4
Niveau	Ranger les produits en respectant les règles en vigueur et le plan Le rangement des produits par référence : Merchandising de Gestion Le rangement des produits par couleur et panoplie : Merchandising de Séduction - o Monochrome - o Contraste - o Camaïeu - o Dégradé - o Panoplie	
Séquence 8	Le réassortiment d'un rayon Vérifier la conformité des produits en rayon Identifier les produits manquants et la quantité nécessaire : le planogramme Noter les produits manquants Préparer l'approvisionnement en réserve Ranger les produits dans le rayon L'apport des nouvelles technologies : la chaîne d'approvisionnement automatique	4

MODULE 4 : FAIRE VIVRE L'ESPACE DE VENTE : LA COMMUNICATION		9
Séquence 1	La communication sur l'espace de vente : L'ILV et PLV L'ILV La PLV Les outils traditionnels de ILV et de la PLV La PVL digitale La PLV connectée	3
Séquence 2	La communication sur l'espace de vente : Les promotions Les principales techniques promotionnelles Les objectifs d'une promotion Le choix de l'emplacement dans l'espace de vente Les moyens à mettre en place pour réussir une promotion Les différences entre les Promotions et les Soldes	3
Séquence 3	Le rôle des Réseaux Sociaux Un canal de visibilité pour les Marques Un canal pour le service client Un canal pour les ventes	3
MODULE 5 : PARTICIPER A LA GESTION DES PRODUITS		10
Séquence 1	L'inventaire L'inventaire manuel L'inventaire informatisé	2
Séquence 2	Le stock théorique Définition	1
Séquence 3	La démarque La démarque connue La démarque inconnue Comment lutter contre la démarque inconnue ?	3
Séquence 4	La Gestion des Stocks Le stock minimum Le stock de sécurité Le stock d'alerte La stock maximum La fiche de stock	4

MODULE 6 : ACCUEILLIR ET ACCOMPAGNER LE CLIENT SUR L'ESPACE DE VENTE		29
Séquence 0	En amont : La préparation Introduction : les 7 étapes de ventes La préparation du personnel La préparation de l'espace vente	3
Séquence 1	L'accueil La communication - o Le schéma de la communication - o Les messages verbaux - o Les messages non verbaux La prise de contact avec le client (les 4/20) Observer et Patienter Écouter la demande du client Renseigner le client Orienter le client Se positionner dans l'espace de vente Conclusion : à éviter	4
Séquence 2	La recherche des besoins Définitions des besoins - o Les besoins fonctionnels - o Les besoins psychologiques du client (typologies clientèles et mobiles d'achats:SONCAS) La phase de questionnement - o Questions ouvertes - o Questions fermées - o Questions alternatives L'écoute active - o Écouter le verbal et le non verbal - o Mémoriser - o Reformuler	4
Séquence 3	La présentation des produits au client Offrir un choix de produits - o Quand présenter le produit - o Quel produit présenter - o Offrir un choix Mettre en valeur les produits - o Présenter le produit - o Valoriser le produit - o Comment présenter le produit ?	4
Séquence 4	L'argumentaire de vente L'argumentaire produit - o La méthode CAB La personnalisation de l'argumentaire - o La méthode SONCAS dans l'argumentaire La posture de la vendeuse pendant l'argumentaire	4
Séquence 5	Répondre aux objections La nature de l'objection - o Les objections sincères non fondées - o Les objections sincères fondées - o Les objections non sincères Le traitement des objections sincères - o La méthode A.D.E.R.A Le traitement des objections de prix - o La technique de l'addition - o La techniques de la multiplication - o La technique de la soustraction - o La technique de la division	4
Séquence 6	Conclure la vente Quand conclure la vente - o Les signaux d'achats verbaux - o Les signaux d'achats non verbaux. Comment conclure la vente - o La technique de la proposition directe - o La technique de la question l'alternative - o La technique de l'affaire conclue - o La technique du bilan - o La technique de l'avantage Réaliser des ventes additionnelle - o Les ventes complémentaires - o Les ventes supplémentaires	4
Séquence 7	La prise de congés Les 4 R - o Rassurer et Remercier - o Raccueillir - o Revoir	2

MODULE 7 : L'ENCAISSEMENT DES PRODUITS		16
Séquence 1 :	Missions, Compétences et Qualités de l'hôtesse de caisse Missions de l'hôtesse de caisse Compétences de l'hôtesse de caisse Qualités de l'hôtesse de caisse	2
Séquence 2 :	Le matériel de caisse La caisse informatisée Les périphériques de la caisse	3
Séquence 3 :	Procédure de Caisse Ouverture de la caisse Procédure d'encaissement Les encaissements et leurs règles Fermeture de la caisse Procédure de prélèvement Remise en banque	3
Séquence 4 :	Les réductions : Les différentes réductions Calculer les réductions - o Calculer une étiquette de solde - o Calculer une remise	4
Séquence 5 :	Analyser les ventes : La TVA - o Définition - o Calculer le prix TTC en partant du prix HT - o Calculer le prix HT en partant du prix TTC - o Calculer la TVA Le chiffre d'affaires - o Définition - o Calcul Le panier moyen du client - o Définition - o Calcul	4
MODULE 8 : TRAITER LES RECLAMATIONS DES CLIENTS, FIDELISER LES CLIENTS EN CAISSE		6
Séquence 1	Traiter les réclamations des clients La prise en charge du client Le traitement de la réclamation	2
Séquence 2	Fidéliser les clients en caisse La Carte de fidélité - o Les objectifs pour l'espace de vente - o Les objectifs pour le client - o Comment proposer la carte de fidélité Le Fichier client : - o Les informations d'une fiche client - o L'exploitation du fichier clients	2
Séquence 3	La règle des 3 P en caisse La règle des 3P en caisse	2
Evaluation		7

TOTAL HEURES	155
	22 jours