

## Animer une équipe de vendeurs sur un point de vente

CATEGORIE : C

### Vue d'ensemble

Domaine(s) d'activité professionnel dans lequel(s) est utilisé la certification :

- Transverse :
- **Tous les domaines liés à la mode et au luxe :**
  - **Habillement**
  - **Textile**
  - **Maroquinerie**
  - **Cosmétiques**
  - **Horlogerie / Joaillerie**
  - **Accessoires**
  - **Commerce**
  - **Art de vivre...**

Tout public, salarié comme demandeur d'emploi

Code(s) NAF : **85.59A**  
Code(s) NSF : **312**, **242p**, **241**  
Code(s) ROME : **M1704**, **D1501**, **D1406**, **D1301**, **D1214**  
Formacode : **34561**

Date de création de la certification : **02/03/2018**

Mots clés : **Equipe**, **vente**, **management**, **Retail**

### Identification

Identifiant : **3646**

Version du : **19/07/2018**

### Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

- **N/A**

Non formalisé :

- [Le bien-être en boutique, RMS \(3ème édition, 2018\)](#)
- [Observatoire de la consommation 2018](#)
- [Les mots clés du luxe : émotion et personnalisation de la relation](#)

### Descriptif

#### Objectifs de l'habilitation/certification

Monter le responsable de point de vente en compétences sur sa capacité animer son équipe de vendeurs ce qui passe par :

emmener son équipe de vendeurs grâce à sa vision stratégique du point de vente  
organiser le travail de chacun en priorisant et planifiant efficacement les tâches récurrentes  
développer les compétences de son équipe de vendeurs grâce à l'auto-analyse de leurs ventes  
motiver son équipe de vendeurs grâce à l'animation quotidienne de la surface de vente

#### Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

- aucun

#### Descriptif général des compétences constituant la certification

##### A1. Définition d'une stratégie collective pour le point de vente

Concevoir et déployer une stratégie de fonctionnement des vendeurs en tenant compte des objectifs du réseau et du fonctionnement de l'équipe.

### Public visé par la certification

- Tous les salariés du secteur de la vente à distance et en magasin

L'objectif pour le responsable de point de vente est de donner du sens à la mission globale de ses vendeurs afin de les fédérer et de s'assurer de leur bonne contribution à la performance du point de vente.

A partir de la stratégie commerciale définie par son entreprise, des objectifs commerciaux fixés pour le point de vente, des caractéristiques de la zone de chalandise de son point de vente (concurrence, typologie de clientèle, etc.) le responsable de point de vente est capable d'élaborer la stratégie commerciale et le plan d'action opérationnel (qui en découle) de son point de vente. Il a les outils pour le faire dans le respect des valeurs de la marque, en utilisant un vocabulaire et une gestuelle qui suscitent l'adhésion de son équipe de vendeurs lorsqu'il les partage oralement avec elle.

## **A2. Identification de la répartition du travail**

Organiser et planifier le temps de travail de l'équipe pour l'optimiser. L'objectif pour le responsable du point de vente est de se libérer du temps, grâce à une meilleure anticipation qui aura pour effet direct de réduire les urgences, afin développer des projets structurants pour le point de vente et de consacrer du temps au développement des compétences de son équipe de vente.

En tenant compte du droit du travail, des prévisionnels d'activité, des animations commerciales prévues et de la disponibilité des collaborateurs, le responsable de point de vente est capable d'élaborer un plan de planification des tâches. Dans ce cadre là, en fonction des objectifs à atteindre, il sait prioriser les tâches à effectuer pour l'ensemble de l'équipe, lui y compris, et identifier les personnes responsables de l'exécution de chaque tâche en fonction de l'importance et de l'urgence de chaque tâche.

## **A3. Suivi du développement des compétences de vente des vendeurs**

Analyser et réaliser un suivi du développement des compétences de vente des vendeurs.

L'objectif pour le responsable de point de vente est de responsabiliser ses vendeurs sur le développement de leurs compétences de vente grâce à une approche participative et valorisante de la vente écoutée, et à la mise en place d'accompagnements courts et concrets, afin de les rendre plus performants plus rapidement.

Le responsable de point de vente est capable d'analyser une vente en faisant ressortir les compétences acquises et les compétences manquantes de son vendeur. Il a la matière pour apporter des conseils pertinents au vendeur pour l'accompagner en palliant les manques et est capable de mettre en place un plan d'accompagnement. Il connaît la posture à prendre pour permettre au vendeur d'être pro-actif sur l'auto-analyse de sa vente et sur les solutions de développement à identifier, tout en le valorisant. Il sait quels outils potentiels il peut utiliser pour suivre l'accompagnement de ses vendeurs sur la vente.

## **A4. Animation d'une équipe de point de vente**

Organiser des réunions d'équipe quotidiennes, hebdomadaires et mensuelles pour structurer et accompagner l'équipe.

L'objectif pour le responsable de point de vente est de capitaliser sur les différents types de réunion d'équipes pour fédérer ses vendeurs, les motiver et développer leur compétences, ce qui conduira à d'avantage de performance commerciale.

Le responsable de point de vente est capable de concevoir un point d'animation d'équipe de lancement de journée structuré, en commençant par l'analyse de la performance de la veille, puis les objectifs de la journée, et enfin les moyens pour les atteindre. Il sait comment l'animer de manière participative afin de susciter l'adhésion de son équipe de vendeurs et de développer leurs compétences. Il est également capable de préparer et animer des points d'équipes hebdomadaires et mensuels.

## *Modalités générales*

**La durée de la formation menant à la certification est de 28 heures.**

**La répartition dans le temps est adaptée en fonction des besoins du client.**

**La certification se compose des activités suivantes :**

### **A1. Définition d'une stratégie collective pour le point de vente**

Analyse de la situation du point de vente.

Analyse des objectifs quantitatifs transmis par le réseau.

Réalisation de relances auprès de l'équipe sur les objectifs à atteindre.

Définition des règles de communication avec l'équipe du point de vente.

### **A2. Identification de la répartition du travail**

Identification des tâches des vendeurs de point de vente, de leur récurrence et de leur durée.

Définition de règles de planification des tâches.

Organisation du travail et répartition des tâches entre les vendeurs.

### **A3. Suivi du développement des compétences de vente des vendeurs**

Analyse de la vente selon le référentiel commun.

Application de la méthode de suivi de développement des compétences de vente.

Recueil des résistances des vendeurs dans la mise en place du suivi de leurs compétences de vente.

Organisation structurée du suivi des accompagnements des ventes.

### **A4. Animation d'une équipe de point de vente**

Identification des rituels d'équipe et de leur récurrence.

Application de la méthode d'animation du point quotidien, hebdomadaire et mensuel en équipe.

Utilisation des différents outils d'animation des ventes.

### **Liste des modules :**

Partager sa vision de leader et son ambition pour le point de vente

Gérer son temps et son organisation en tant que manager de point de vente

Mettre en place le suivi des ventes

Dynamiser la vie de la boutique avec l'équipe

## *Liens avec le développement durable*

Aucun

## Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

*Pour l'individu*

*Pour l'entité utilisatrice*

Montée en compétences dans le secteur.  
Meilleure employabilité.  
Gestion de son organisation de travail.  
Création de lien personnalisé avec le client.  
Validation certifiante des acquis.

Montée en compétences de l'équipe.  
Homogénéisation des compétences.  
Contribution au développement de la performance.  
Valorisation de la marque employeur.  
Engagement, motivation des équipes.  
Identification des profils à haut potentiel.

## Evaluation / certification

### Pré-requis

Détenir une première expérience de management d'équipe de vente.

### Compétences évaluées

L'ensemble des compétences sont évaluées.

*Niveaux délivrés le cas échéant (hors nomenclature des niveaux de formation de 1969)*

Aucun

### Centre(s) de passage/certification

- Au sein de RMS Consulting ou au sein de l'entreprise cliente

La validité est Permanente

**Possibilité de certification partielle :** oui

Étendue de la certification partielle :

Permanente

Durée de validité des composantes acquises :

Permanente

Durée accordée pour valider les composantes manquantes :

24 mois

Matérialisation officielle de la certification :

Certificat de compétences

## Plus d'informations

### Statistiques

Statistiques sur les 3 dernières années : 61 candidats ont été formés à tout ou partie de la formation menant à la certification en 2015, 76 en 2016 et plus de 100 en 2017.

### Autres sources d'information

<https://www.retailmanagementservices.fr/fr/formation/>