

Développer la performance d'une équipe de vendeurs sur un point de vente

RS3647 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	312, 242p, 241
Formacode(s)	34561
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	31/12/2021

Certificateur(s)

RMS CONSULTING · SIRET : 82457886800013

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Tout public, salarié comme demandeur d'emploi

Faire monter en compétence ses vendeurs afin qu'ils contribuent au développement de la performance du point de vente, ce qui passe par :

- motiver un vendeur selon ses moteurs individuels et les circonstances,
- féliciter et recadrer un vendeur de point de vente,
- gérer les conflits dans une équipe,
- établir un diagnostic de point de vente grâce à l'analyse des indicateurs de performance,
- identifier les forces et axes d de chaque vendeur et l'aider à se développer,
- mener les entretiens hebdomadaires et mensuels ainsi que l'évaluation annuelle d'un vendeur,
- recruter des vendeurs pour son point de vente.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

A1. Développement de la motivation d'un vendeur

- Appliquer les règles d'une communication vertueuse avec ses vendeurs en tenant compte des moteurs individuels.

L'objectif pour le responsable de point de vente est de communiquer efficacement avec chaque membre de son équipe et de créer un climat de travail agréable où chaque vendeur se sent considéré, écouté, et motivé par son responsable.

Le responsable de point de vente est capable d'identifier le niveau de motivation de chacun de ses vendeurs en échangeant avec eux de façon régulière, formelle et informelle. Il connaît les symptômes de la démotivation afin de l'anticiper. Il est capable d'adapter sa communication en fonction de chaque collaborateur pour leur permettre de se sentir en confiance et écoutés. Il connaît la posture à adopter pour favoriser un dialogue fluide avec son vendeur, en s'adaptant à son mode de fonctionnement, à ses leviers de motivation, ainsi qu'au contexte de la boutique, tout en le valorisant. Il est capable de faire de l'écoute active et d'être factuel. Il sait quels outils il peut utiliser pour communiquer de manière impactante et engageante.

A2. Encadrement du vendeur

- Recadrer, motiver et féliciter le vendeur au travers les techniques appropriées.

L'objectif pour le responsable de point de vente est de suivre chaque membre de son équipe pour leur donner envie de s'impliquer et de monter en compétences, ne pas accepter tacitement une situation ou un comportement en dehors du cadre, ne pas mettre à mal la relation avec ses vendeurs par une communication non adaptée.

Le responsable de point de vente connaît la méthode de félicitation, réaction correctrice et recadrage, et sait à quel moment utiliser chacune d'entre elle. Il a les outils pour mener un entretien afin de féliciter les belles performances de ses vendeurs, en mettant en donnant du sens par rapport à l'objectif stratégique du point de vente. Il est également capable de mener une réaction correctrice et un entretien de recadrage en étant factuel, adapté au contexte et au

mode de fonctionnement de son collaborateur. Il sait communiquer les règles, identifier les manquements et faire générer la solution par le vendeur pour que la situation identifiée ne se reproduise plus.

A3. Gestion des conflits dans une équipe de vente

- Repérer et désamorcer les conflits dans une équipe de vente.

L'objectif pour le responsable de point de vente est d'anticiper les litiges au sein de son équipe pour que tout conflit potentiel soit traité dès sa naissance et qu'il n'ait pas de conséquences négatives sur l'ambiance de travail, sur les autres membres de l'équipe ou sur le service délivré aux des clients du point de vente.

A partir des règles de fonctionnement au sein du point de vente, le responsable de point de vente est capable d'anticiper un litige et d'identifier une situation conflictuelle pour la traiter au plus vite. Il sait faire générer la solution par les vendeurs impliqués dans le conflit pour que la situation identifiée cesse au plus vite. Il adapte sa communication à chaque collaborateur en fonction du niveau d'implication de chacun dans le litige pour le raisonner. Il est capable de les responsabiliser et de développer leur bienveillance pour éviter qu'un conflit similaire ne se produise. Il dispose des outils lui permettant de construire une équipe en choisissant des vendeurs au profils complémentaires.

A4. Réalisation d'un diagnostic de point de vente

- Identifier les performances et anticiper les problèmes d'après l'analyse quantitative et qualitative des résultats du réseau.

L'objectif pour le responsable de point de vente est d'analyser les résultats quantitatifs et qualitatifs de son point de vente en comparaison à ses objectifs, à ceux de l'année précédente et à ceux du réseau auquel il appartient afin d'identifier les bonnes pratiques qui génèrent de la performance, pour les reproduire, et identifier les signaux de non-performance pour résoudre les problèmes de non atteinte des objectifs.

A partir du tableau des résultats de son point de vente, le responsable de point de vente est capable de voir et analyser les indicateurs de performance qui sont satisfaisants ou en décalage par rapport aux autres points de vente pour les analyser.

Il est capable d'identifier les causes racines de ces indicateurs de performance en échangeant avec les parties prenantes et faisant des observations pertinentes sur le terrain pour construire un plan d'action pertinent. Il sait également construire un plan d'action correctif factuel et fixer des objectifs quantitatifs et qualitatifs spécifiques, mesurables, accessibles, réalistes et définis dans le temps pour poursuivre son développement ou bien enrayer une baisse de performance.

A5. Identification des forces et axes d'amélioration des membres de son équipe

- Organiser avec ses vendeurs en points de vente le suivi du développement des ventes au travers un plan d'actions de développement des compétences individuelles.

L'objectif pour le responsable de point de vente est de suivre les résultats individuels de ses vendeurs qu'ils soient qualitatifs ou quantitatifs, pour identifier leurs axes d'améliorations et ainsi développer leurs résultats, en se fixant des actions à privilégier et des objectifs à atteindre.

A partir du tableau de suivi individuel de ses vendeurs, le responsable de point de vente est capable d'analyser les résultats de chacun, d'identifier les compétences acquises et celles à développer. Il sait analyser la niveau d'application des étapes de la vente, les résultats individuels et prioriser les actions à mettre en place pour développer les performances de son vendeur. Il est capable de faire générer une solution ainsi qu'un plan d'action correctif par son vendeur, et l'aider à se fixer des objectifs à atteindre. Il sait adapter son comportement et sa communication à chaque vendeur pour l'engager dans le changement, en fonction de ses leviers de motivation. Il a les outils pour accompagner son vendeur sur son développement sur le long terme.

A6. Animation d'entretiens hebdomadaires, mensuels et semestriels avec un vendeur en point de vente

- Identifier et appliquer une méthodologie d'entretien hebdomadaire, mensuel et semestriel auprès d'un vendeur en point de vente.

L'objectif pour le responsable de point de vente est d'utiliser les entretiens hebdomadaire, mensuel et semestriel avec son équipe pour suivre, évaluer et développer les performances, la motivation et les envies de ses vendeurs au sein du point de vente, du réseau ou en dehors, afin de donner des lignes directrices pour développer la performance du point de vente.

A partir des méthodologies d'entretien individuel, le responsable de point de vente est capable de préparer des entretiens hebdomadaires, mensuels, semestriels et annuels. Il sait mener les entretiens en étant valorisant, concret et participatif, afin d'obtenir l'adhésion de chaque vendeur sur le long terme et ainsi les accompagner dans le développement de leurs compétences. En déterminant les objectifs et missions des vendeurs sur une semaine, un mois, un semestre et une année, et en sachant analyser leur performance et construire des plans d'accompagnement individualisés, il est capable d'atteindre les objectifs qualitatifs et quantitatifs du point de vente.

A7. Recrutement de vendeurs de point de vente

- Rechercher puis sélectionner des profils grâce à des techniques de recrutement et préparer leur intégration.

L'objectif pour le responsable de point de vente est de capitaliser sur les méthodes de recrutement pour identifier les profils complémentaires avec ses vendeurs en poste, afin de créer une équipe complémentaire et performante, tout en évitant de perdre du temps en rencontrant des candidats non pertinents.

Le responsable de point de vente est capable de recruter les personnes adaptées à la constitution actuelle de son équipe, en utilisant une stratégie construite et structurée. Il sait définir les critères incontournables pour le poste à pourvoir, déterminer les canaux de communication de l'offre d'emploi et la diffuser, faire une sélection des candidatures reçues par la lecture du curriculum vitae et un premier entretien téléphonique, afin de ne rencontrer que les candidats pertinents. Il est également capable de mener un entretien de recrutement en étant dans une posture qui contribue à donner envie au candidat potentiel de rejoindre son équipe tout en décelant s'il correspond à ses besoins, en termes de savoir-être et compétences, pour mettre de côté les candidats non pertinents. Il connaît les éléments constitutifs d'un parcours d'intégration réussi pour transformer l'intégration du candidat en succès et pérenniser le recrutement.

L'ensemble des compétences sont évaluées.

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Détenir une première expérience de management d'équipe de vente

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/12/2021
-------------------------------------	------------

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

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

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/3647/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	4
Montant total engagé	9 910 €
Coût moyen par dossier	2 478 €
Durée moyenne	35 h
Période	04/2021 – 06/2021
France compétences	99 %
Reste à charge titulaire	1 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.