

Public concerné

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

- Mener un entretien de vente et de négociation de produits et de prestations de services en situation de face a face pour réaliser une transaction commerciale
- Représenter son entreprise et contribuer a la valorisation de son image
- Traiter les réclamations du client en prenant en compte les intérêts de l'entreprise du vendeur
- Assurer l'approvisionnement du magasin, conformément aux règles d'implantation
- Réaliser des mises en scène pour mettre en valeur les promotions et les nouveautés
- Surveiller l'évolution du marché, les nouveaux produits, la concurrence
- Contrôler la réalisation de ses objectifs de vente

Organisation

Nombre de crédits ECTS : 50

Stages, projets, mémoire et condition de délivrance du diplôme

Description de la formation

ACD005	Techniques de marchandisage	6 crédits
--------	-----------------------------	-----------

CCE003	Pratiques de l'accueil, de la négociation et de la communication	4 crédits
--------	--	-----------

ACD001	Fondements de la mercatique	6 crédits
--------	-----------------------------	-----------

ACD006	Fondamentaux des techniques de vente	8 crédits
--------	--------------------------------------	-----------

DNF001	Certificat Informatique et internet niveau 1	4 crédits
--------	--	-----------


LTR022	Introduction à la gestion des stocks	4 crédits
--------	--------------------------------------	-----------


154.5 Une UA au choix parmi 18 crédits

UA181V

UA181W

UA181X

 Unités d'enseignements et unités d'activités obligatoires

 Unités d'enseignements et unités d'activités optionnelles

Commentaire sur la formation

Dossier d'inscription

Catalogue marketing

ACD001 - Fondements de la mercatique

Public concerné

Avoir le niveau de fin d'études secondaires.

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

Présenter les concepts de base en marketing : - comportement du consommateur - stratégie marketing - marketing opérationnel

Capacité et compétences acquises

Connaitre les fondements du marketing Savoir décrire un plan marketing

Organisation

6 crédits

Contenu de la formation

Cours magistraux Introduction au marketing Comportement du consommateur Études et recherche marketing Stratégie marketing : segmentation, ciblage et positionnement opérationnel Marketing opérationnel (mix marketing) : gamme de produits et marque, politique de prix, distribution et gestion de la force de vente, politique de communication Introduction au marketing international Exercices dirigés 4 études de cas d'application des concepts du cours

Les unités de formations sont proposées dans les centres de : AMIENS - FOAD

Semestre 1

Disponible en FOAD
Les scéances de regroupement auront lieu le : Se renseigner auprès du centre. cours Fondements de la mercatique ACD001
Jeudi
AMIENS 18h-21h - cours Fondements de la mercatique ACD001

Aucun cours pour le semestre 2

ACD005 - Techniques de merchandising

Public concerné

Organisation

6 crédits

Contenu de la formation

Les fondamentaux : Définition du merchandising. Historique et évolution du merchandising. Les concepts clés Les sources d'informations Les ratios utiles Le Marketing Mix Produit Prix Publicité Promotion L'implantation : Définition et objectifs Importance de la satisfaction client Optimisation familles : linéaire développé, assortiment Comment implanter un rayon : dessin du rayon, positionnement prix, univers, sens de circulation, hauteur de tablettes Pourquoi changer l'implantation : nouveau produit, saisonnalité... Segmentation, théâtralisation et animation de l'offre : Segmenter l'offre rayon pour mieux la rationaliser. Le marketing sensoriel Merchandising de séduction pour un plus grand confort d'achat. Animer le rayon (promotion, univers...) et favoriser l'achat d'impulsion

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

ACD006 - Fondamentaux des techniques de vente

Public concerné

Personnes souhaitant prendre en charge des activités commerciales sans formation préalable dans le domaine. Niveau bac ou infra avec expérience professionnelle

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

Apporter des bases opérationnelles en techniques de vente (prospection, entretien de vente, négociation, conclusion, fidélisation) par des apports théoriques (2/3 du temps) et pratiques (1/3 du temps). Les pratiques seront basées sur des jeux de rôles ou des exercices de communication écrite. L'utilisation de moyens vidéo sera privilégiée dès que possible.

Capacité et compétences acquises

Aptitudes à dérouler un processus commercial complet, dans le cadre d'un poste de vendeur-junior, dans des contextes B2B ou B2C : établir et mettre en œuvre un plan de prospection, maîtriser les étapes de l'entretien commercial en face à face, savoir argumenter et traiter les objections, défendre son prix, conclure une vente puis fidéliser le client Aptitude à gérer son temps et ses attitudes pour optimiser son efficacité professionnelle.

Organisation

8 crédits

Contenu de la formation

Partie 1 : Prospecter efficacement Préparation de la prospection Définir les objectifs dans le cadre de la politique commerciale de l'entreprise Elaborer et qualifier la base de données Préparer les outils : argumentaire, objectionnaire Connaître les techniques de prospection Différentes méthodes : le publipostage, le téléphone, la prospection directe, Internet, les salons professionnels Analyse en termes de coûts Prospection téléphonique Découvrir les clés de la communication téléphonique Baliser les étapes de l'entretien (accroche, proposition, conclusion) Passer les barrages secrétaires Prendre RDV Répondre aux objections Rester positif et motivé Maîtriser la prospection physique Conduire un premier entretien Identifier les principes de la communication Découvrir la technique des 4C : Connaître, Communiquer, Convaincre, Conclure Découvrir les étapes clés de l'entretien Développer un climat de confiance Découvrir les premiers mots qui font vendre Bilan de la prospection Relancer par téléphone Elaborer des tableaux de bord Mettre à jour la base de données grâce aux informations recueillies Partie 2 : Les techniques de vente et de négociation Préparation de l'entretien Établir l'objectif de l'entretien et la stratégie à mettre en œuvre Connaître ses marges de manœuvre Collecter les informations clients existantes (historique d'achat, quantité, décisionnaire, ...) Préparer la découverte Accueil et prise de contact Accueillir le client Se présenter Présenter le déroulement de l'entretien Introduire la société / Présenter les nouveautés Découverte des besoins Faire parler le client Découvrir le client / l'entreprise Découvrir ses besoins et motivations d'achat Utiliser la reformulation et l'écoute active Phase d'argumentation Passer des caractéristiques aux avantages et bénéfices client Présenter le prix avantageusement Négocier en 5 temps Traitement des objections Connaître les types d'objections Comprendre leurs origines et leurs raisons Traiter les objections Réussir à les anticiper Conclusion et prise de congé Repérer les signaux d'achats Favoriser la prise de décision finale Obtenir un engagement Rester positif même en cas d'échec Fidélisation Relance qualifiée Mettre en place des tableaux de bord et les tenir à jour Développer une stratégie pour le futur Partie 3 : Gestion du temps, organisation personnelle et savoir-être du vendeur efficace Le temps Gérer son temps Organiser son emploi du temps Savoir se préserver, des autres et de soi Identifier les mangeurs de temps et s'en protéger L'organisation au quotidien du commercial Déterminer ses objectifs et ses priorités Anticiper et planifier Déléguer dès que possible Utiliser des outils d'efficacités commerciales (TIC, moyens de communication, ...) Savoir s'adapter Se connaître S'affirmer. Rester flexible et ferme Soigner sa présentation personnelle et sa communication interpersonnelle Rester " battant " dans les difficultés

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

CCE003 - Pratiques de l'accueil, de la négociation et de la communication

Public concerné

S'adresse à toute personne de niveau Bac

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

Apprendre à argumenter et comprendre les enjeux (sociaux, politiques, éthiques) liés au langage.

Capacité et compétences acquises

Capacité à construire une argumentation et capacité d'écoute.

Organisation

4 crédits

Contenu de la formation

La démarche pédagogique adoptée permettra d'explorer les situations de négociation et de communication, sur le plan d'un éclairage conceptuel et sur le plan méthodologique.

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

DNF001 - Certificat Informatique et internet niveau 1

Public concerné

La préparation à la certification à C2i niveau 1 est ouverte aux auditeurs du Cnam, notamment inscrit en premier cycle, et à toute personne souhaitant se former et se préparer à la certification des ses compétences " Informatique et internet ".

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

Toute personne est aujourd'hui concernée par l'usage désormais banalisé d'outils informatiques dans sa vie personnelle et professionnelle. Il y a donc lieu de mettre en état les auditeurs et le personnel du Cnam de maîtriser les compétences qui sont désormais indispensables à la vie professionnelle, à la poursuite d'études supérieures et d'être capables de faire évoluer ces compétences en fonction des développements technologiques, de pouvoir établir qu'ils maîtrisent des compétences qui les aideront à poursuivre au mieux leur activité professionnelle et si'il y a lieu à modifier leur insertion dans le monde des activités professionnelles à la fin de leur cursus.

Capacité et compétences acquises

La préparation au C2i niveau 1 vise à acquérir de la maîtrise d'un ensemble de compétences liées aux nouvelles technologies de l'information et de la communication : recherche, création, manipulation, gestion de l'information ; gestion des données, sauvegarde, archivage et recherche de ses données ; présentation en présentiel et à distance du résultat d'un travail ; échange et communication à distance ; production en situation de travail collaboratif ; configuration du poste de travail ; utilisation d'une suite bureautique; positionnement face aux problèmes et enjeux de l'utilisation des TIC : droits et devoirs, aspects juridiques, déontologiques et éthiques ...

Organisation

4 crédits

Contenu de la formation

Référentiel national du C2i@ niveau 1
Domaine D1 : Travailler dans un environnement numérique évolutif
Tout au long de sa vie, l'utilisateur travaille dans un environnement numérique. La virtualisation des ressources, les risques inhérents au numérique et les enjeux de l'interopérabilité rendent cet environnement complexe. Cela signifie qu'il doit adapter son comportement aux spécificités des environnements multiples auxquels il est confronté en tenant compte des impératifs d'échange et de pérennité, ainsi que des risques associés à sa situation.
Compétence D1.1 : Organiser un espace de travail complexe
Compétence D1.2 : Sécuriser son espace de travail local et distant
Compétence D1.3 Tenir compte des enjeux de l'interopérabilité
Compétence D1.4 Pérenniser ses données
Domaine D2 : Être responsable à l'ère du numérique
L'utilisateur évolue dans un environnement numérique toujours plus prégnant, plus imprévisible, qu'il met à profit pour exposer non seulement des éléments de sa vie privée mais aussi des éléments publics en lien avec son projet professionnel. Dans ce contexte, le droit positif (ensemble des règles juridiques en vigueur) et des principes éthiques régulent l'échange d'informations et l'appropriation de ressources numériques. Cela signifie notamment que l'utilisateur construit son identité numérique, prend en compte les règles et les risques liés au partage d'informations et adopte une attitude responsable. Pour cela, il connaît les réglementations et les règles de bon usage du numérique afin d'éviter les infractions ou les maladroites, et de faire valoir ses droits.
Compétence D2.1 Maîtriser son identité numérique privée, institutionnelle et professionnelle
Compétence D2.2 Veiller à la protection de la vie privée et des données à caractère personnel
Compétence D2.3 Être responsable face aux réglementations concernant l'utilisation de ressources numériques
Compétence D2.4 Adopter les règles en vigueur et se conformer au bon usage du numérique
Domaine D3 Produire, traiter, exploiter et diffuser des documents numériques
L'utilisateur est amené à produire, traiter, exploiter et diffuser des documents numériques qui combinent des données de natures différentes, avec un objectif de productivité, de "réutilisabilité" et d'accessibilité. Cela signifie qu'il doit concevoir ses documents en ayant recours à l'automatisation et les adapter en fonction de leur finalité. Les compétences qu'il mobilise peuvent s'exercer en local ou en ligne. Il les met en œuvre en utilisant des logiciels de production de documents d'usage courant (texte, diaporama, classeur, document en ligne).
Compétence D3.1 Structurer et mettre en forme un document
Compétence D3.2 Insérer des informations générées automatiquement
Compétence D3.3 Réaliser un document composite
Compétence D3.4 Exploiter des données dans des feuilles de calcul
Compétence D3.5 Préparer ou adapter un document pour le diffuser
Domaine D4 Organiser la recherche d'informations à l'ère du numérique
Dans le monde numérique, l'utilisateur est

confronté à une masse d'informations pléthoriques et peu vérifiées, étant produites et diffusées par tous. Les informations accessibles ne sont pas toujours stables dans le temps, certaines se présentant même comme des flux d'information diffusés en continu. Dans ce contexte, l'usager met en place une démarche de recherche adaptée et évalue avec discernement la qualité des informations qu'il trouve. Il exploite les informations et ressources pour documenter ses propres productions en les référençant conformément aux usages et compte tenu de leur potentielle instabilité. Il met en place une veille au moyen d'outils d'agrégation de flux, et organise ses références de façon à pouvoir y accéder en situation nomade. Compétence D4.1 Rechercher de l'information avec une démarche adaptée Compétence D4.2 Evaluer les résultats d'une recherche Compétence D4.3 Récupérer et référencer une ressource numérique en ligne Compétence D4.4 Organiser une veille informationnelle

Domaine D5 Travailler en réseau, communiquer et collaborer

Lorsqu'on mène un projet ou une activité dans un cadre personnel ou professionnel, les échanges entre les acteurs se déroulent souvent sous forme numérique. Utiliser à bon escient les outils de communication et de travail collaboratif permet d'améliorer l'efficacité du travail mené à plusieurs. Dans ce contexte, l'usager utilise avec discernement et efficacité les outils de communication numériques individuels ou de groupe pour échanger de l'information et travailler à plusieurs. Dans le cadre d'une collaboration à distance, il contribue à la production synchrone ou asynchrone de documents communs en gardant la trace des modifications et des versions successives de ces documents. Compétence D5.1 Communiquer avec un ou plusieurs interlocuteurs Compétence D5.2 Participer à l'activité en ligne d'un groupe Compétence D5.3 Élaborer une production dans un contexte collaboratif

La formation s'articule autour d'une ensemble de cours et d'exercices pratiques en salle de TPs.

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

LTR022 - Introduction à la gestion des stocks

Public concerné

- Niveau bac. - Les salariés non diplômés, les travailleurs indépendants en phase de reconversion, les demandeurs d'emploi ayant un projet professionnel lié au métier, visé par le certificat, seront également accueillis. Une expérience professionnelle est souhaitée dans le secteur d'activité concerné par le certificat. - Les auditeurs " vierges " de connaissances précises dans les secteurs du transport de marchandises et de la logistique souhaitant acquérir rapidement les éléments de base de leur organisation.

Organisation

4 crédits

Contenu de la formation

- Cadrage général : Flux et utilité des stocks. - Flux et utilité des stocks (suite). - Le coût de possession des stocks. - Typologie des systèmes de gestion des stocks. - Distribution et entreposage. - Réseaux et circuits de distribution. - Etude de cas. - La gestion d'entrepôt. - Préparation d'une commande à l'export. - Restitution de cas.

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

LTR022 - Introduction à la gestion des stocks

Public concerné

- Niveau bac. - Les salariés non diplômés, les travailleurs indépendants en phase de reconversion, les demandeurs d'emploi ayant un projet professionnel lié au métier, visé par le certificat, seront également accueillis. Une expérience professionnelle est souhaitée dans le secteur d'activité concerné par le certificat. - Les auditeurs " vierges " de connaissances précises dans les secteurs du transport de marchandises et de la logistique souhaitant acquérir rapidement les éléments de base de leur organisation.

Organisation

4 crédits

Contenu de la formation

- Cadrage général : Flux et utilité des stocks. - Flux et utilité des stocks (suite). - Le coût de possession des stocks. - Typologie des systèmes de gestion des stocks. - Distribution et entreposage. - Réseaux et circuits de distribution. - Etude de cas. - La gestion d'entrepôt. - Préparation d'une commande à l'export. - Restitution de cas.

[Planning en cours de rédaction]

LTR022 - Introduction à la gestion des stocks

Public concerné

- Niveau bac. - Les salariés non diplômés, les travailleurs indépendants en phase de reconversion, les demandeurs d'emploi ayant un projet professionnel lié au métier, visé par le certificat, seront également accueillis. Une expérience professionnelle est souhaitée dans le secteur d'activité concerné par le certificat. - Les auditeurs " vierges " de connaissances précises dans les secteurs du transport de marchandises et de la logistique souhaitant acquérir rapidement les éléments de base de leur organisation.

Organisation

4 crédits

Contenu de la formation

- Cadrage général : Flux et utilité des stocks. - Flux et utilité des stocks (suite). - Le coût de possession des stocks. - Typologie des systèmes de gestion des stocks. - Distribution et entreposage. - Réseaux et circuits de distribution. - Etude de cas. - La gestion d'entrepôt. - Préparation d'une commande à l'export. - Restitution de cas.

[Planning en cours de rédaction]

LTR022 - Introduction à la gestion des stocks

Public concerné

- Niveau bac. - Les salariés non diplômés, les travailleurs indépendants en phase de reconversion, les demandeurs d'emploi ayant un projet professionnel lié au métier, visé par le certificat, seront également accueillis. Une expérience professionnelle est souhaitée dans le secteur d'activité concerné par le certificat. - Les auditeurs " vierges " de connaissances précises dans les secteurs du transport de marchandises et de la logistique souhaitant acquérir rapidement les éléments de base de leur organisation.

Organisation

4 crédits

Contenu de la formation

- Cadrage général : Flux et utilité des stocks. - Flux et utilité des stocks (suite). - Le coût de possession des stocks. - Typologie des systèmes de gestion des stocks. - Distribution et entreposage. - Réseaux et circuits de distribution. - Etude de cas. - La gestion d'entrepôt. - Préparation d'une commande à l'export. - Restitution de cas.

[Planning en cours de rédaction]