

OBJECTIFS & COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES VISÉES

- Identifier les objectifs et missions du vendeur pour le développement commercial de l'entreprise de proximité et optimiser la relation client
- Comprendre l'e-commerce de proximité : le contexte, l'évolution des habitudes de consommation et les différents modes de distribution mixtes
- Analyser son marché et connaître les enjeux et risques du e-commerce ; Élaborer un plan marketing omnicanal centré sur le client
- Créer et faire vivre un système de gestion de contenus en ligne ; Faire connaître le service click&collect pour capter et fidéliser ses clients
- Optimiser sa visibilité sur le net et les réseaux sociaux
- Comprendre l'organisation logistique et assimiler les bases de gestion des stocks d'un commerce de proximité omnicanal
- Travailler et optimiser ses T.R.E pour favoriser un retour à l'emploi pérenne dans les meilleurs délais à l'issue de cette préparation

399h de formation – 12 semaines

Prérequis et accessibilité

- Être demandeur d'emploi inscrit à Pôle Emploi
- Première expérience professionnelle en vente
- Bonne capacité relationnelle
- Appétence pour le numérique et les réseaux sociaux

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter.

Moyens pédagogiques et encadrement

Formation dispensée en présentiel et/ou à distance par des formateurs expert du secteur de la vente et de l'e-commerce :

- Échanges avec des professionnels - Job Dating organisé chez Modula pour poursuivre le parcours en alternance CDD ou CDI de Février 2023 à Mai 2024
- Ouverture sur le monde de l'entreprise avec des méthodes immersives, des ateliers et mises en situation de TRE
- Partage et coopération entre apprenants via l'espace collaboratif en ligne dédié et accessibles par tous tout le temps
- Études de cas et mises en situation via un projet fil rouge tout au long du parcours de formation



LIEU DE FORMATION

Modula Formation (Bordeaux Lac)
et /ou à distance



PROCHAINE SESSION

Novembre 2022



ÉVALUATION

Présentation du Projet Fil Rouge devant un jury de professionnels



Suite de Parcours :

Contrat d'alternance, de professionnalisation ou apprentissage, avec préparation et passage du titre professionnel Manager d'Univers Marchand, niveau BAC+2



Admission :

Réunion d'information collective > Dossier de candidature > Tests de préadmission > Entretien individuel

www.modula-formation.com

Contactez-nous !

05 56 44 58 68

contact@modula-formation.com

7, avenue
Raymond Manaud
33520 BRUGES

INTÉGRATION ET
TECHNIQUES DE RETOUR
A L'EMPLOI (T.R.E.)
6 JOURS - 42H

MAITRISE LES
FONDEMENTAUX DE LA
VENTE ET DE LA
RELATION CLIENT
7 JOURS - 49H

METTRE EN PLACE UNE
STRATEGIE MARKETING
ET UNE
COMMUNICATION
DIGITALE EFFICACES
13 JOURS - 91H

PROGRAMME POEC PRÉPARATION MÉTIER E-COMMERCE

INTEGRATION

- Faciliter et accélérer l'intégration des apprenants dans le groupe
- Créer un climat favorable et des échanges courtois et constructifs
- Générer des conditions propices au travail de groupe

Ateliers T.R.E. : organiser et optimiser sa recherche d'emploi

- Construire un CV et une lettre de motivation efficaces
- Cibler les entreprises et organiser sa prospection
- Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux
- Pitch de présentation
- Préparation à l'entretien d'embauche (en face à face/à distance)

JOB DATING : candidater pour un poste

- Rencontres organisées avec plusieurs entreprises pour le stage de mise en situation et pour recrutements à l'issue de cette préparation.
- Comprendre l'importance de la relation client et du développement commercial ;
- Identifier les objectifs, missions du vendeur, les moyens et outils de mesure de son activité
- Utiliser efficacement les techniques comportementales et savoir-être nécessaires au métier de la vente : accueillir et vendre
- Acquérir et démontrer une posture commerciale professionnelle et qualitative
- Savoir utiliser des techniques et savoir-être d'accueil et de vente adaptées aux entreprises de proximité ; Acquérir et démontrer une qualité d'accueil distinctive
- Connaître les techniques de merchandising et d'organisation d'un espace de vente : savoir optimiser l'organisation d'un espace de vente grâce au merchandising
- Connaître les usages évolutifs des clients et leurs impacts en termes d'économie, de ventes et de relation client : identifier les nouveaux comportements d'achat
- S'approprier la culture digitale dans l'environnement commercial (ROPO, e-commerce, click & collect, e-réservations...) et appréhender les différents modes de distribution mixtes : multicanal / cross canal / omnicanal
- Identifier les différents modes de distribution mixte et comprendre leurs différences, leur hiérarchie, et leur évolution (du multicanal vers le cross canal et inversement)
- Analyser son marché pour définir une stratégie de distribution mixte adaptée
- Identifier les forces, faiblesses, opportunités et menaces de l'entreprise dans son contexte
- Utiliser le digital pour élaborer un plan marketing omnicanal en s'appuyant sur :
 - une bonne compréhension de la clientèle
 - une approche centrée sur le client
 - une présence assurée aux différents points de contacts du consommateur
 - l'utilisation d'outils de communication et d'indicateurs appropriés
 - une unité de matériels marketing (tons de messages et d'images délivrés via les différents canaux)
 - une relation client favorisée et entretenue sur le long terme (VIP, carte fidélité...)
- Créer des visuels (photos, images et vidéos) efficaces pour le web et les réseaux sociaux grâce à des outils et logiciels accessibles et efficaces : Canva et Lightroom
- Connaître et utiliser tous les codes et outils du référencement naturel, aussi appelé SEO
- Être capable d'optimiser un site web pour les moteurs de recherche et d'atteindre le meilleur positionnement stratégique possible au sein des pages de résultats des principaux moteurs recherche
- Développer sa communauté digitale et optimiser sa visibilité en exploitant : les réseaux sociaux, Google, son site Web, les medias sociaux
- Développer l'image de marque, générer et animer une communauté d'utilisateurs et de consommateurs fidèles sur les réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram, Pinterest, ..
- Maîtriser les outils de trafic management et savoir mesurer son audience
- Analyser les données d'audience : nombre de visiteurs uniques, nombre de pages vues, nombre de clics... En extraire les arguments pour convaincre les internautes et pour optimiser l'efficacité commerciale du site



VENDRE EN LIGNE :
APPLIQUER LE E-
COMMERCE AU
COMMERCE DE
PROXIMITÉ

11 JOURS - 77H

PROJET FIL ROUGE

10 JOURS - 70H

IMMERSION
PROFESSIONNELLE

10 JOURS - 70H

- Connaître les enjeux et les risques du e-commerce pour les entreprises de proximité
- Identifier les points de leviers et les risques du e-commerce pour son développement
- Mettre en place et organiser le click&collect (clic et retrait) : première étape alliant commerce de proximité et « web-to-store »
- Appréhender l'architecture hybride de la solution de clic et retrait et la création du site marchand
- Optimiser la gestion du flux des clients ; Aménager l'espace de retrait, définir ses horaires
- Les plateformes de marché locales et régionales où se référencer : définir la (les) plateforme(s) de marché la (les) plus adaptée(s) pour développer le chiffre d'affaires
- Sécuriser les transactions en ligne, s'initier à la cybersécurité
- Organiser le paiement en ligne dans les meilleures conditions de cybersécurité
- Gérer la mise en ligne de produits/services, leurs mises à jour et leurs mises en valeur
- Mettre en ligne des produits/services pour optimiser et entretenir l'attractivité du site e-Commerce en incluant ce process dans la stratégie marketing globale de l'entreprise
- Approche de la Supply chain : gérer les stocks d'un commerce de proximité omnicanal
- Comprendre l'organisation logistique et assimiler les bases de gestion des stocks d'un commerce de proximité omnicanal
- Communiquer sur le système de clic-et retrait, convertir et fidéliser la clientèle : faire connaître ce service à ses clients
- Mettre en application, par la construction d'un cas pratique, l'ensemble des savoirs, savoir-être et techniques abordées pendant cette préparation
- Réaliser un stage de 10 jours dans une entreprise de proximité pour mettre à profit ses connaissances dans les métiers du e-commerce : optimiser et sélectionner les canaux de vente, animer les canaux et fidéliser les consommateurs

