

Mise à jour du : 02/09/2025

PROGRAMME DE LA FORMATION

Valoriser ses produits et ses services

Développer des techniques performantes pour mettre en valeur un produit ou un service, en boutique comme en ligne, optimiser l'impact commercial et améliorer la rentabilité d'un point de vente.

PUBLIC	OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES
Commerçants indépendants, franchisés, affiliés et associés et leurs équipes Responsables de magasin d'enseignes Managers et chefs de rayon Vendeurs souhaitant optimiser leur approche commerciale	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en valeur un produit ou un service selon les attentes des clients • Adapter votre argumentaire selon le profil client • Optimiser la mise en avant en boutique • Utiliser le merchandising et le storytelling comme levier • Améliorer la conversion client grâce à une offre plus attractive
NOMBRE DE PARTICIPANTS	PROGRAMME PÉDAGOGIQUE
Sessions de groupe (5 à 8 participants) ou accompagnement individuel	<p>Jour 1 : Je sais adapter ma présentation produit/service aux attentes des clients</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acquérir les bases pour bien valoriser un produit <ul style="list-style-type: none"> ○ Définir ce que veut dire "mettre en valeur" ○ Mesurer l'impact sur les ventes et la perception du client ○ Distinguer caractéristiques, avantages et bénéfices • Adapter sa communication aux différents types de clients <ul style="list-style-type: none"> ○ Identifier ce que le client attend en fonction de son profil ○ Découvrir les différents styles de communication ○ Ajuster son discours pour mieux convaincre • Utiliser le storytelling pour capter l'attention <ul style="list-style-type: none"> ○ Créer une histoire autour de ce qu'on vend ○ Mettre en avant les émotions ou des valeurs associées ○ S'exercer avec des exemples concrets • Présenter un produit de façon simple et convaincante <ul style="list-style-type: none"> ○ Construire un bon argumentaire (CAP) ○ Utiliser les bons mots pour convaincre (VAKOG) ○ Mettre en pratique des techniques d'engagement client en magasin • Gérer les hésitations du client <ul style="list-style-type: none"> ○ Identifier les objections les plus fréquentes ○ Employer les bons mots pour rassurer ○ S'exercer avec des jeux de rôle et mises en situation
PRÉ-REQUIS	
Aucun Formation ouverte à toutes et tous	
DURÉE	
14 heures soit 2 jours	
ORGANISATION	
Format privilégié : présentiel sur site (intervention terrain) Possibilité de formation à distance ou en format hybride (à convenir) Zone géographique : France entière Salle de formation mise à disposition par l'entreprise (ou louée si besoin)	
TARIF	
1200 € HT / personne pour 2 jours Tarifs réduits à partir de 3 participants (sur devis).	

Mise à jour du : 02/09/2025

INTERVENANT·E·S	<u>Jour 2 : Optimiser son espace de vente pour mieux vendre : merchandising, organisation des produits et stratégie de prix cohérente.</u>
<p>Isabelle Baury – Formatrice experte en commerce et vente 27 ans d'expérience terrain – Consultante formatrice certifiée Intervention sur le terrain, au plus près des réalités du commerce</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer les bases du merchandising <ul style="list-style-type: none"> ○ Utiliser le visuel et de l'agencement pour influencer la vente ○ Choisir les bonnes couleurs et la bonne disposition ○ Créer un environnement qui donne envie d'acheter • Optimiser l'organisation de son rayon ou son espace <ul style="list-style-type: none"> ○ Positionner ses produits de façon stratégique ○ Exploiter les zones chaudes / froides et fluidifier la circulation ○ Mettre en place une rotation efficace des produits • Valoriser le prix et les offres comme levier de vente <ul style="list-style-type: none"> ○ Identifier et utiliser des stratégies simples de prix ou de mise en valeur adaptées à son contexte commercial ○ Gérer les promos et les animations commerciales ○ Adapter son discours face à la perception du prix par le client • Construire un parcours client fluide et engageant <ul style="list-style-type: none"> ○ Rendre l'expérience agréable et fluide ○ Adapter la vente selon le moment du parcours ○ Assurer l'après-vente et développer la fidélisation • Mettre en pratique ses acquis : exercice <ul style="list-style-type: none"> ○ Étudier un cas concret (point de vente existant) ○ Appliquer les méthodes vues en formation ○ Partager un retour collectif et identifier des pistes d'amélioration
MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS	
<p>Condition d'inscription : devis ou convention signée Contact : isabelle.baury@passerellesformation.fr ou 07 89 53 38 35 Délais d'accès : sous 2 à 4 semaines après validation du devis ou de la convention Calendrier de formation : à définir ensemble selon les disponibilités de l'entreprise Accessibilité : adaptation possible pour toute personne en situation de handicap</p>	MODALITÉS PÉDAGOGIQUES
	<p>Méthode active et participative, 100 % orientée terrain Études de cas, partages d'expériences, travaux pratiques Supports fournis et plan d'action personnalisé</p>
MOYENS PÉDAGOGIQUES	<p>Outils simples et visuels, adaptés au terrain Supports papier ou numériques Cas concrets personnalisés au secteur du participant</p>
POSITIONNEMENT ET MODALITÉ D'EVALUATION	<p>La progression et les acquis des participants sont évalués à plusieurs moments clés :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avant la formation : un questionnaire de positionnement permet d'identifier les attentes et le niveau de départ. • Pendant la formation : évaluations formatives par des mises en situation pratiques, des exercices concrets et des échanges personnalisés. • Après la formation : validation des acquis via un bilan final, incluant la présentation d'un plan d'action personnalisé élaboré

Mise à jour du : 02/09/2025

par le participant.

ACCESIBILITÉ/PERSONNE EN SITUATION DE HANDICAP

Adaptation possible pour les personnes en situation de handicap. Contact : isabelle.baury@passerellesformation.fr