



Profil

Vendeur évolutif

Pré-requis

Titulaire d'un bac et un minimum de cinq ans d'expérience dans la distribution

Débouchés

Vendeur expert, adjoint manager (rayon, caisse...)

BAC+2

EXPERT DE LA RELATION COMMERCIALE

Le DU (Diplôme d'Université) est un diplôme d'établissement. Il s'agit d'une formation diplômante mais non nationale. Il existe des DU à différents niveaux et de différentes durées.

IMMAD

→ INSTITUT DU **MARKETING**
ET DU **MANAGEMENT**
DE LA **DISTRIBUTION**

Il s'agit d'un exemple type de candidature. La spécificité de votre parcours et de votre profil sera étudiée au cas par cas avant validation ou non de votre dossier. Aucune formation ne peut démarrer sans cette étape de validation par l'équipe administrative et pédagogique.

Module 1

ÉVOLUTION DU MARKETING DE LA DISTRIBUTION

Durée : 3 jours

Les salariés en formation sont amenés à retracer les évolutions de la distribution et de leur enseigne. Une réflexion sera demandée sur leur interprétation de la stratégie marketing de leur enseigne par rapport au concurrent.

Objectifs du module

- Découvrir les fondements historiques de la distribution et les évolutions
- Acquérir une vision des différents acteurs du commerce et de la distribution en France
- S'initier aux enjeux et stratégies de la distribution
- Découvrir les bases du marketing des distributeurs

Module 2

ÊTRE CLIENT DANS LA DISTRIBUTION OMNICANAL

Durée : 3 jours

Une réflexion sera demandée sur l'interprétation, des salariés en formation, de la stratégie marketing de leur enseigne par rapport au concurrent.

Objectifs du module

- Comprendre les déterminants de la distribution et de la consommation
- Comprendre les différents types de comportements du client dans un univers omnicanal de service
- Appréhender les évolutions des modes, besoins et attentes de consommation
- Comprendre les enjeux de sa satisfaction et de sa fidélisation

Module 3

CLIENT ET ORGANISATION SERVICIELLE

Durée : 3 jours

Par une analyse du métier de conseiller de vente et de la relation de service dans l'entreprise, les participants mettront en perspective leur nouveau rôle d'interface dans la relation de satisfaction et de fidélisation du client. La perspective sociologique de la rencontre entre le client et l'entreprise sera privilégiée.

Objectifs du module

- Découvrir les déterminants de la relation client et de la relation de service
- Comprendre le rôle du conseiller client ou conseiller commercial dans l'interaction client au sein d'une organisation servicielle
- Découvrir les éléments de mise en œuvre de la compétence relationnelle dans les différentes phases de la relation

RAPPORT DE REFLEXION

Durée : 5 jours

Par un accompagnement méthodologique le salarié sera amené à porter un regard critique sur le fonctionnement de son enseigne.

La soutenance de ce travail validera l'appropriation des compétences dispensées durant la formation.

Organisation :

- 5 séances
- 5 jours
- 15 heures de méthodologie
- 10 heures de suivi
- 1 heure de soutenance

Pour une organisation pédagogique optimale de l'apprenant concernant la réalisation de ce travail, il est proposé d'accoler une journée de méthodologie après chaque module de cours.

À raison d'une séance d'accompagnement tous les deux mois, le stagiaire aura ainsi le temps nécessaire d'approfondir sa réflexion entre chaque séance de méthodologie.

Pour tous renseignements

- **Anne-Sophie Matten**
Chargée de développement
07 64 07 85 77
anne-sophie.matten@univ-lille2.fr
- **Corinne Dion**
Ingénierie pédagogique et suivi administratif
03 20 73 08 70
corinne.dion@univ-lille2.fr

6, rue de l'Hôtel de Ville - BP 59
59051 Roubaix Cedex 01
03 20 73 08 05
immd@univ-lille2.fr
immd.fr