

## « Chaque relation client est unique. Ça tombe bien, vous aussi »

Développer les compétences de nos vendeurs en rayons traditionnels par la mise en place d'un dispositif multimodal renforçant la performance en situation de travail

**Cible :** 2100 Employés commerciaux des rayons à services : Boucherie, Boulangerie, Charcuterie, Fromage, Fruits et Légumes, Poisson, dans les 300 Monoprix de France

**Langue :** français

**Accès :** PC, tablette & smartphone

**Conception du dispositif :** 6 mois pour le 1<sup>er</sup> livrable

**Lancement de la formation :** septembre 2014

**Budget :** 58k€

### Enjeux - contexte - contraintes spécifiques :

#### ❖ Contexte :

- ❖ De nombreuses ouvertures de magasins en propre comme en affiliés : 65 magasins depuis le 01/01/2014
- ❖ Développement du e-commerce
- ❖ Mise en place de la Démarche Client, au centre de la stratégie du groupe
- ❖ Tous les collaborateurs sont sensibilisés au e-learning grâce à la formation obligatoire sur l'hygiène alimentaire, à réaliser tous les ans et existante depuis 5 ans

#### ❖ Enjeux :

- ❖ Développer notre différenciation dans nos 6 rayons à service (Boucherie, Boulangerie, Charcuterie, Fromage, Fruits et Légumes et Poisson) et appliquer au mieux les messages de la Démarche Client
- ❖ « *Garantir que, pour chaque Client, chaque rencontre, en ligne ou en magasin, est une expérience conviviale et relationnelle incomparable* » à travers un état d'esprit commun pour les 20 000 collaborateurs, des actions et attitudes bien définies et des moments clés, en magasin comme au siège

#### ❖ Contraintes spécifiques :

- ❖ Les nombreuses ouvertures de magasin impliquent de former rapidement les nouveaux collaborateurs qui sont de moins en moins facilement mobilisables à l'extérieur des points de vente
- ❖ La relation client est une priorité, or les collaborateurs des rayons à services n'ont pas les connaissances et compétences nécessaires pour développer cette expertise rapidement et massivement
- ❖ Nos experts internes, les Moniteurs Métiers, doivent monter en compétence pour porter ce changement, notamment sur la relation client

### Objectifs pédagogiques et opérationnels :

- ❖ Le projet devra permettre aux collaborateurs de :
  - ❖ Maîtriser les principaux produits et la structure des rayons à services
  - ❖ Développer et entretenir une relation client différenciante
- ❖ Le projet devra permettre aux Moniteurs Métiers de :
  - ❖ Formaliser et partager leur connaissance produit
  - ❖ Animer les formations relation client selon une trame commune partageant les messages stratégiques
- ❖ Objectifs opérationnels : créer du flux client en magasin, augmenter la valeur du chiffre d'affaires en rayon à service et développer et entretenir la fidélité de nos clients

## Le dispositif de formation

Acquérir des compétences

Et les développer au quotidien

Pour les 6 rayons à service

### 1 E-learning format court

#### Connaissance produits

- Maîtriser les produits phares et la structure des rayons à service
- Valider ses connaissances par un quiz



### Blended Learning

#### Relation client

- Développer une relation client différenciante
- S'entraîner grâce à des mises en situation animées par les Moniteurs Métiers



### 1 jour de formation

### 1 base de données produits utilisée au quotidien sur le terrain

Pérenniser ses compétences « on the job »

- Appliquer ses compétences de manière opérationnelle
- 6 produits mis à l'honneur toutes les semaines en lien avec les opérations commerciales, challengés par les experts métiers



### 1 Base de données évolutive ...

500 fiches produits sur les 6 rayons

[www.connaissanceproduits.com](http://www.connaissanceproduits.com)



### Accessible par tous et partout



**En amont, formation et accompagnement des 27 Moniteurs Métiers en les rendant acteurs du changement qu'ils porteront sur les thèmes de la connaissance produits et de la relation client :**

#### La connaissance produits

Écriture des contenus des formations connaissance produits suivant le modèle construit

6 Moniteurs Métiers (1 par rayon)

Construction du format type de la formation connaissance produits réalisation d'un modèle

6 Moniteurs Métiers (1 par rayon)

Formation à la mise à jour de la base de données

6 Moniteurs Métiers (1 par rayon)

#### La relation client

Formation d'expert à la relation client

Tous les Moniteurs Métiers

Co-construction de la formations relation client

6 Moniteurs Métiers (1 par rayon)

Partage de la formation avec les autres Moniteurs Métiers

Tous les Moniteurs Métiers

## Accompagnement de l'apprenant et dispositif de communication :

### ❖ **Accompagnement de l'apprenant :**

- ❖ Base de données évolutive : fiches produits imprimables et accessibles de partout y compris en situation de travail via le site [www.connaissanceproduits.com](http://www.connaissanceproduits.com)
- ❖ 27 Moniteurs Métier, experts nationaux qui accompagnent et testent les collaborateurs sur leur lieu de travail

### ❖ **Dispositif de communication dynamique :**

- ❖ Présentation du dispositif à l'ensemble des Directeurs Magasin, puis aux collaborateurs dans le cadre du plan de formation 2014
- ❖ Communication mail à l'ensemble de la Direction des ventes suite au lancement des premiers e-learning
- ❖ Article dans notre magasin interne (MAG)
- ❖ Journée Académie Monoprix avec les « Pro du Frais » sur l'utilisation de connaissanceproduits.com
- ❖ Article sur connaissanceproduits.com publié dans l'intranet

## Suivi et mesure des résultats :

### ❖ 3 types d'évaluation :

- ❖ **En ligne** : quiz de 10 questions (tirées aléatoirement parmi une trentaine) à la fin du e-learning ; solutions dans les fiches produits
- ❖ **En formation présentielle** : à travers des jeux de rôle de mise en situation vendeur/client
- ❖ « **On the job** » par les Moniteurs Métiers lors de leurs visites en magasin

### ❖ Un **reporting mensuel** sur les informations relatives aux e-learning (modules validés et score par magasin et par collaborateur) est mis à disposition des magasins

### ❖ **Mesure de la satisfaction** des collaborateurs à des moments clés :

- ❖ « A chaud », à travers les feuilles d'évaluations des formations relation client
- ❖ Lors du passage en magasin des Moniteurs Métiers
- ❖ « A froid » à travers des appels téléphoniques en Magasin après la réalisation des premiers e-learning, suite aux retours d'expérience des Moniteurs Métiers après l'animation des formations pilotes et suite aux actions de communication grâce à l'analyse du trafic du site connaissanceproduits.com

### ❖ Des centaines de collaborateurs touchés dès le premier mois : 458 modules connaissances produits validés entre le 15 janvier et le 15 février, 195 stagiaires à la relation client validés

### ❖ Les demandes de formation 2015 aux formations à la relation client ont augmenté de 57% par rapport à 2014

## Perspectives - mises à jour :

### ❖ Les évaluations et feedbacks nous ont permis de :

- ❖ Rajouter/mettre à jour des fiches produits quand c'était nécessaire : le rythme d'actualisation est aujourd'hui de 2 nouvelles fiches ajoutées par rayon et par mois
- ❖ Ajuster le contenu théorique sur les journées relation client et ajuster les jeux de rôles clients/vendeur

### ❖ Les prochaines évolutions du dispositif :

- ❖ Concernant la connaissance produits : la base de donnée est mise à jour régulièrement et systématiquement en lien avec les opérations commerciales en magasin
- ❖ Concernant la relation client : un niveau 2 avec encore plus d'entraînement en situation de travail est envisagé

Critères	Note (de 0 à 4)	Commentaires
<b>Innovation technologique et pédagogique</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• nombre de modalités différentes utilisées,</li> <li>• pertinence du choix des modalités, ...</li> </ul>	/4	
<b>Efficacité</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mise en œuvre et résultats,</li> <li>• efficacité pédagogique du dispositif, ...</li> </ul>	/4	
<b>Facilité de déploiement</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• accessibilité pour les apprenants,</li> <li>• dispositif de communication et d'accompagnement du projet, ...</li> </ul>	/4	