

VEOI

RSE

METIERS DE LA VENTE ET DU
COMMERCE AUX PARTICULIERS

CONCILIER CROISSANCE DES VENTES ET DURABILITÉ

Formation animée par :

Christelle BREMENT FIANT,

Consultante RSE et ingénieure d'affaires



PARTICIPANTS

· Professionnels du commerce de détail (hors alimentation)



DURÉE ET TARIF

- 1 jour
- **INTER** : 495 € HT/personne
- **INTRA** : nous consulter



PRÉREQUIS

· Volonté d'améliorer ses services pour réduire son impact environnemental et répondre aux attentes de ses clients et employés



HORAIRES :

9h00 - 12h30 /
14h00 - 17h30



INTER

+ D'INFOS & INSCRIPTION

CETTE FORMATION VOUS INTÉRESSE ?

Contactez-nous par mail ou téléphone et nous fixerons une date en fonction de vos disponibilités.
formation@competences-plus.pro - 02 40 12 79 46



INTRA

COMMENT CONCILIER CROISSANCE DES VENTES ET DURABILITÉ :

Adaptez vos produits et services aux nouveaux défis !

🎯 OBJECTIFS

- Comprendre les réglementations environnementales liées à mon activité et me mettre en conformité vis-à-vis de la RSE
- Mieux appréhender les décisions d'achats dans une logique éco-responsable
- Savoir comment communiquer sur ses engagements

☰ PROGRAMME

MON METIER FACE AU DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE ?

Le re-commerce, quel intérêt ? Le marché de l'occasion devrait croître de 15 à 20% chaque année au cours des 5 prochaines années*

- Quelles sont les nouvelles attentes de mes clients sur mes produits et services ?
- Comment va évoluer mon métier avec le changement climatique ?
- Quelles sont les nouvelles obligations réglementaires pour l'énergie, les déchets, etc. ?

APPRÉHENDER LES CHANGEMENTS DANS LES DÉCISIONS D'ACHATS

S'inquiéter du sur-stockage plutôt que des ruptures de stock : la demande des consommateurs n'augmentera jamais autant qu'on le souhaiterait !

- Le grand retour de la pyramide de Maslow.
- La traçabilité et durabilité des produits.
- Relever le défi du packaging, des stocks, approvisionnements et livraisons.
- Définir des objectifs réalistes et des changements opérables, en intégrant ses employés et partenaires.

PLACER SES ENGAGEMENTS AU CENTRE DE SA COMMUNICATION

Le saviez-vous ? 87% des consommateurs achètent un produit d'une marque parce que cette dernière a défendu une cause qui leur est chère**

- Communiquer de manière claire, transparente et cohérente avec ses clients, employés, banques...
- S'engager et se faire connaître localement.
- Entretien de bonnes relations fournisseurs pour des produits de qualité, au bon prix.
- Piloter le changement avec la méthode Kaizen

(*) Fevad - Juillet 2021

(**) «Etude de Cone Communication, 2017