



Document réalisé par la MIP de Louhans (www.mip-louhans.asso.fr)

avec la collaboration de professionnels

Fiche n°1 réalisée en 2015

Mise à jour partielle : 2018

Depuis quelques années la consommation de produits bio a augmenté en France et les magasins spécialisés sont de plus en plus nombreux pour répondre aux demandes.

▶ Attention ! Le nombre de postes varie beaucoup selon la taille du magasin.

Dans ces magasins, on retrouve différents postes :

- Vendeur conseil
- Adjoint de magasin
- Conseiller en nutrition
- Naturopathe
- Responsable de magasin



▶ Dans certains magasins, on peut trouver **des naturopathes**. Un naturopathe apporte des conseils avec une approche globale pour améliorer le bien-être des personnes en proposant des produits naturels (alimentaires et autres). Le but est de trouver une harmonie entre le corps et le mental.

Viviane, gérante d'un magasin bio en zone rurale

Nous rencontrons Viviane dans son nouveau magasin. Elle vient d'emménager il y a quelques mois dans une surface plus grande que la précédente. L'ambiance est agréable et la décoration est soignée : les lumières, les rayonnages en bois, le parquet au sol et les belles poutres apparentes créent une atmosphère douce et chaleureuse. Nous commençons notre rencontre par une visite du magasin. Une partie est consacrée aux produits cosmétiques, diététiques et de bien-être (maquillage, huiles essentielles, fleurs de Bach, shampoings, crèmes...), une autre aux produits alimentaires (farines, vrac, miel, biscuits, rayon bébé, produits frais...) et aux produits d'entretien.

Elle nous emmène dans son bureau pendant que sa salariée, Elodie, tient le magasin. « Ma mère et une amie sont venues en renfort pour l'aider car nous avons beaucoup de travail. »

Des expériences multiples pour atteindre un objectif

Viviane a ouvert un magasin bio il y a 7 ans. « J'ai toujours eu en tête d'avoir ma propre affaire. Mais il m'a fallu du temps pour atteindre mon objectif. Jeune, je n'étais pas prête et j'étais, même si c'est sans doute difficile à croire aujourd'hui, très timide. J'ai obtenu un BTS de Secrétaire de direction avec une orientation en gestion, diplôme qui m'est très utile pour gérer le magasin. J'ai occupé plusieurs postes en secrétariat, en gestion commerciale, en comptabilité... Toutes ces expériences m'ont été utiles pour me préparer à passer du rêve à la réalité. Et puis, il y a eu le déclic, l'élément déclencheur ! Dans mon dernier emploi, je n'étais pas très épanouie et j'envisageais une reconversion. Un jour, en ouvrant un magazine, j'ai lu un article qui encourageait les gens à ouvrir un commerce. J'y ai vu un signe. J'ai pris mon temps et j'ai fait toutes les démarches nécessaires pour bien préparer mon projet. Mon diplôme et mes expériences m'ont été très utiles pour rassurer et convaincre la banque. »

Le bio, une évidence

Les produits naturels ont toujours fait partie de la vie de Viviane. « Maman, on l'appelait en plaisantant Rika Zará ! Elle me disait toujours (et elle le dit encore), cette plante, c'est bon pour telle chose, celle-ci pour telle autre... Elle a toujours beaucoup utilisé les plantes et j'ai été élevée là-dedans. C'est un domaine qui me plaît et ouvrir un magasin bio m'a permis de faire le lien entre mon souhait de créer une entreprise et l'univers des plantes qui m'est familier. Ce n'est pas la même philosophie que dans un autre commerce, les gens cherchent du naturel et une certaine éthique de vie. Un lien particulier se crée avec les clients. Et nous-mêmes, nous essayons d'être cohérentes le plus possible : nos emballages sont en papier recyclé, nous commandons à des fournisseurs eux-mêmes engagés dans la même

Vendeur

● La gestion du rayon

De manière générale, il veille à avoir des rayons bien achalandés, attractifs...

- Manutention : contrôle des réceptions des marchandises
- Etiquetage, mise en rayon
- Retrait des marchandises dont la date limite de consommation est proche...

▶ Attention ! Il fait de la manutention : port de charges lourdes (10 à 25kg).

● L'encaissement

- Gestion de la caisse, des cartes de fidélité...

● Le conseil à la clientèle

- Les clients veulent des **informations et des conseils** qu'ils ne trouvent pas ailleurs (internet, grandes surfaces...). Un bon vendeur est à la fois accueillant et souriant, mais il a surtout une écoute bienveillante et doit être de bon conseil.
- Les produits sont variés (beaucoup de labels...), le vendeur doit parfaitement les connaître. C'est par le **conseil et la connaissance des produits** que le magasin et le vendeur se démarquent : origine, technique de production, utilisation, combinaison possible avec d'autres produits, bienfaits... Il est indispensable de maîtriser les qualités et les précautions liées à l'utilisation de produits alimentaires ou non.
- Beaucoup de ces produits peuvent apporter du bien-être (comme les compléments alimentaires, les huiles essentielles...), le vendeur doit savoir quel produit correspond à quel problème. Il doit « comprendre » le client pour le conseiller au mieux.

▶ Les consommateurs de produits bio sont bien informés et par conséquent très exigeants en matière d'information, de conseil et de service.

▶ Pour être un bon vendeur en magasin bio, il faut avoir des compétences en vente ET des connaissances en produits bio.

! Le conseil Bio ne doit pas se substituer au diagnostic du corps médical.

Gérant



Un gérant est souvent un passionné de la filière « bio et naturel », mais cela ne suffit pas. En plus des tâches commerciales identiques à celles du vendeur, le gérant d'un magasin bio doit aussi :

- Gérer son personnel : planning, paies...
- Adapter sa politique commerciale à sa clientèle : il doit réussir à se mettre à la place des clients pour proposer des produits en phase avec leurs besoins et avoir une logique commerciale (proposer des produits qui se vendent bien).
- Gérer ses stocks, les commandes, les contacts avec les fournisseurs. Il doit avoir des connaissances en comptabilité et en gestion.
- Faire « vivre » son magasin en le rendant attractif et visible : agencement agréable, travail sur la vitrine, l'éclairage, la signalétique... Il peut aussi proposer des animations commerciales : promotions, cartes de fidélité, mails, site internet, catalogue, intervention d'autres professionnels (naturopathe, diététicien...), participation à des salons professionnels...

Le secteur du bio évolue constamment, le gérant doit « sentir » les tendances pour s'adapter à la demande.

Aucun diplôme requis, pour autant des compétences en gestion et vente sont indispensables.

Conditions de travail



- Compétences commerciales.
- Connaissances spécifiques des produits biologiques.
- Activité partagée entre la boutique et la réserve.
- Les horaires sont ceux du magasin (travail les samedis...).

Qualités requises

- Très bon relationnel : goût pour l'accueil et le conseil
- Aimer le travail en équipe
- Curiosité : toujours s'informer des nouveaux produits pour bien conseiller la clientèle
- Polyvalence
- Dynamisme
- Rigueur (en bio l'accent est mis sur la traçabilité, l'hygiène, les labels...)
- Sensibilité au secteur bio et à ses valeurs (le bio c'est un état d'esprit, un mode de vie)
- Souriant

Offre d'emploi de Vendeur Conseil

Missions : sous la responsabilité du responsable, mise en valeur des rayons compléments alimentaires, cosmétiques et éco-produits, création d'animations, conseil-client, bonne gestion des rayons (stock, marge). Vous participez à la vie courante du magasin : mise en rayon, caisse...

Profil :

- Capacité d'écoute bienveillante favorisant l'échange avec le client
- Sens du commerce et compétences en merchandising
- Curiosité d'esprit et soif d'apprendre favorisant l'acquisition de nouvelles compétences
- Capacité de gestion pour le suivi des données chiffrées

Marché de l'Emploi



Le secteur

- Le secteur du bio se développe bien avec une production et une consommation en croissance (en 2013, les achats par les consommateurs ont progressé de 9% par rapport à 2012).
- Les magasins spécialisés résistent bien (35-36% de part de marché), alors que la part de marché des grandes surfaces alimentaires baisse. Ils font cependant face à une **forte concurrence** : les pharmacies/para-pharmacies (pour les produits diététiques et cosmétiques), les grandes surfaces (pour les produits alimentaires, d'entretien...), les AMAP (vente directe par des producteurs) et les marchés (pour les produits frais)...

démarche.»

Un apprentissage sur le tas

Viviane n'a pas de formation de naturopathe ou de vendeur spécialisé en produits bio ou naturels. Elle a appris grâce à sa mère, aux livres, aux contacts avec les fournisseurs... « Je crois dans les produits que je vends, c'est vraiment une passion. Je cherche toujours de nouvelles informations, c'est un métier où il faut se montrer curieux. Tous les 2 ans, je me rends, avec Elodie, dans un salon spécialisé pour découvrir de nouveaux produits, de nouvelles filières. Dans le bio, il existe une très large gamme de produits, de labels, de marques... Il faut sans cesse se renouveler et proposer de nouvelles choses aux clients. »

Le choix de l'indépendance

Viviane a décidé de conserver son indépendance et de ne pas s'affilier à une marque ou à une franchise. « Je tiens à ma liberté. Je veux choisir mes fournisseurs, les promotions, les tarifs, les produits... Ca me permet de ne pas avoir de comptes à rendre et de faire donc comme je l'entends : j'essaie des choses, je vois si ça fonctionne ou pas... Je prends le risque que ça ne marche pas, mais au moins, c'est de ma responsabilité ! »

Viviane reçoit régulièrement des représentants. « Cela prend beaucoup de temps si on veut faire les choses bien. Certains sont liés à une seule marque, d'autres sont multicartes et travaillent pour 5 ou 6 fournisseurs, je prévois donc en général 1 à 2h par représentant. Je travaille avec une soixantaine de fournisseurs. »

Viviane prépare toujours ses rendez-vous avec les représentants en sortant des statistiques sur les produits vendus... « Certains produits se commandent longtemps à l'avance, il faut donc anticiper. Je me sers des chiffres des années précédentes, je fais le point sur mes stocks... Un tel rendez-vous ne s'improvise pas, c'est pourquoi je ne reçois les représentants que sur rendez-vous. »

Un travail d'équipe

Viviane ne travaille pas seule, elle est aidée d'une salariée à temps plein, Elodie, et d'une apprentie en BTS commerce. « Nous avons beaucoup à faire car le magasin marche bien. Nous avons même du mal à tout faire. Personnellement, je ramène parfois du travail chez moi et je viens aussi les jours de fermeture. Tenir un commerce demande beaucoup d'investissement personnel, le temps passé avec les clients, ce n'est que la partie émergée de l'iceberg. Heureusement, je peux compter sur Elodie, nous formons une bonne équipe. En général, je fonce et elle temporise. La communication est très importante. Quand j'ai une idée, je lui soumets toujours et vice-versa. Elodie, qui a des animaux, m'a soumis par exemple l'idée de proposer une gamme bio pour les animaux. Je n'y croyais pas vraiment, mais elle a su me convaincre. Et elle a eu raison, ce sont des produits qui se vendent très bien. »

La gestion, un élément incontournable

Ce qui fait la réussite du magasin, ce sont bien sûr les conseils, mais aussi la gestion. « Un commerce c'est avant tout une entreprise. Je sais toujours où j'en suis, ce que je vends, mes stocks, ma trésorerie... Je ne conçois pas les choses autrement. J'utilise beaucoup de tableaux de bord pour suivre les ventes, ce qui me permet de faire des statistiques sur les produits vendus, de mois en mois ou en comparant les années entre elles. Nous avons d'ailleurs changé de caisse enregistreuse pour mieux suivre nos ventes. Tous les matins je fais ma banque, je vérifie les comptes... C'est ma manière de gérer mon magasin et c'est peut-être ce qui explique que nous avons surmonté la crise et que nous sommes toujours là. Nous avons même pu nous agrandir. »

Viviane fonctionne avec beaucoup de stocks. « Je stocke beaucoup car cela me permet de maintenir le même prix d'un produit tout au long de l'année. Tout mon argent est réinvesti dans les commandes de produits, ce qui donne parfois quelques angoisses à mon comptable ! C'est une prise de risque, mais jusqu'à présent, ça s'est avéré gagnant. Je cherche toujours à développer mon magasin,

Les magasins

Infos extraites de différents articles parus dans la revue BioLinéaires (<http://www.biolineaires.com/>)

- En 2013 : 2 284 magasins bio en France dont la moitié sont des indépendants (nombre de magasins en hausse, mais part des indépendants en baisse). Environ 8 500 salariés.
- Il existe plusieurs types de magasins bio :
 - Ceux qui s'en sortent le mieux : les magasins appartenant à un réseau (une franchise ou indépendants réunis dans un groupement) comme Biocoop, La Vie Claire, Naturalia, Satoriz...
 - les magasins indépendants où le gérant est seul ou emploie 1 à 2 salariés.

Conseils pour s'installer

- Compter 1 magasin bio pour 6 000/7 000 habitants.
- Proposer une large gamme de produits et de marques.
- Insister sur l'accueil et le conseil.
- Être curieux pour évoluer sans cesse.
- Trouver un emplacement intéressant : bonne visibilité, population un peu aisée.
- Créer une ambiance conviviale (meubles en bois pour l'aspect nature, chaleureux...).

Les emplois

• Les postes

- 56% en CDD dont plus de la moitié de plus de 3 mois
- Essentiellement du temps plein (66%)
- Le type de profil recherché : expérience ou diplôme en commerce avec des connaissances en bio.

Convention collective du commerce de détail des fruits et légumes, épicerie et produits laitiers/IDCC 1509/Brochure n° 3244 sur www.legifrance.gouv.fr

• Où trouver des offres d'emploi ?

- Directement auprès des magasins en consultant les offres qui paraissent sur les sites des enseignes spécialisées ou en faisant des candidatures spontanées.
- Sur le site <http://www.bio-emploi.com/> (offres diverses : vendeur, cuisinier, maraîcher...).
- Quelques offres sur le site de Pôle Emploi (www.pole-emploi.fr) avec « Vendeur en produits biologiques » ou le code Rome D1106.

Les réseaux et groupements présents en Bourgogne, Franche-Comté, Rhône et Ain

- **Biocoop** : <http://www.biocoop.fr/> (rubrique « Recrutement » en bas à gauche)
- **Biomonde** : <http://www.biomonde.fr/> (rubriques « Notre réseau » et « Nous rejoindre ») pour devenir gérant de magasin
- **L'Eau vive** : <http://www.eau-vive.com/> (rubrique « Emploi » en bas de page)
- **La Vie claire** : <http://www.lavieclaire.com/> (rubrique « Offres d'emploi » en bas de page)
- **La Vie saine** : <http://www.laviesaine.fr/> (rubrique « Recrutement » en bas de page). Magasins de 4 à 8 personnes. Contrat de professionnalisation possible.
- **Naturalia** : <http://www.naturalia.fr/> (rubrique « Travailler chez Naturalia » en bas de page)
- **Satoriz** : <http://www.satoriz.fr/> (pas d'offres en ligne, mais liste des magasins)
- **Groupement Accord Bio** : <http://www.accord-bio.fr/> Groupement de magasins (pas d'offres en ligne, mais liste des magasins)
- **Groupement AmiDiététique** : <http://www.amidietetique.com/> (liste de magasins indépendants)
- **Croc'Nature** : <http://www.crocnature.fr/> (7 magasins, 60 salariés)

Quelques sites intéressants :

- AFFLEC (Association des fédérations en fruits et légumes, épicerie, crèmerie) : www.afflec.fr
- SYNADIS (syndicat national des distributeurs spécialisés de produits biologiques et diététiques) : <http://www.synadis.fr/>

à évoluer et pour ça il faut oser des choses. »

Des produits très variés

Sur une surface de vente de 150 m², Viviane propose des produits naturels, biologiques, alimentaires, soit près de 7 000 références. « Ma stratégie est de répondre à une large demande. Un client doit pouvoir trouver plus de la moitié de ce dont il a besoin chez moi. S'il ne trouve pas, il ira ailleurs et ne reviendra peut-être pas. Ce qui nous sauve, c'est la diversité. Je fonctionne beaucoup à l'instinct, j'écoute mes clients pour savoir ce dont ils ont besoin et je m'adapte. C'est de cette manière que je fais évoluer mon magasin. Je propose par exemple des brosses à dent en soie, pas en nylon, pour respecter le côté naturel, mais aussi des chaussettes en coton bio... Au début je commence avec peu de quantités, si je vois que ça part bien, j'en commande davantage. On tente, on tâtonne... »

Les demandes évoluent aussi en fonction des émissions de télévision : par exemple, un reportage à la télévision a enquêté sur le saumon d'élevage. On constate depuis une demande croissante en saumon bio. »

Viviane passe aussi des commandes spéciales. « Ce que je n'ai pas en magasin, je fais en sorte de le trouver. Je travaille avec un fournisseur, Boutique Nature, qui me permet de faire des commandes individuelles, ce qui me rend service et satisfait mes clients. J'ai réussi à fidéliser une clientèle qui vient parfois de loin car je suis la seule à proposer certaines gammes, par exemple des produits au miel qui ont des propriétés antibactériennes. »

Je propose aussi des produits alimentaires vendus en vrac comme les fruits secs, le riz, les pâtes, comme dans les bio-coop, ce qui permet de les vendre 25 à 30% moins cher !

Des actions commerciales

Le magasin de Viviane a déménagé il y a quelques mois pour gagner en visibilité et en surface. « Il faut donner aux gens l'envie d'entrer. C'est pourquoi je tiens à ce que le magasin soit agréable et bien agencé. On essaie de remplir les rayons au fur-et-à-mesure pour éviter les trous. Ce n'est pas toujours possible car nous avons beaucoup de choses à faire, mais c'est important. Je fais aussi appel à quelqu'un pour faire une jolie vitrine. Nous venons de faire celle de Noël, ce qui nous a pris presque la journée. »

Viviane fait intervenir d'autres professionnels au sein de son magasin : une esthéticienne, une naturopathe, une iridologue... « Les venues de la naturopathe et de l'esthéticienne sont payées par les marques de certains produits. Elles viennent pour proposer leurs services et donner des conseils à mes clients, ce qui est un plus. Evidemment, c'est aussi l'occasion de faire des ventes. C'est important d'animer le magasin, mais je ne peux pas le faire très souvent car, si je devais prendre en charge la prestation de ces professionnels, le coût serait trop élevé pour moi. »

Nous avons aussi mis en place un site et un envoi mensuel par mails d'une sélection de produits à notre fichier client. Notre jeune apprentie travaille également sur un catalogue de Noël mis en page avec photos des produits et envoyé sous format papier. »

Beaucoup d'organisation

Le magasin ouvre à la clientèle à 9h15, mais Viviane et son équipe sont là dès 8h pour préparer le magasin. « La vente, ça ne représente finalement que 20% de notre travail. Il faut réceptionner les commandes, les enregistrer, les mettre en magasin... Il faut aussi faire le tri dans les produits alimentaires qui ont une date de péremption. Le soir, c'est pareil, une fois le magasin fermé, il faut ranger, nettoyer... Sans oublier au cours de la journée de passer les commandes, de recevoir les représentants, d'alimenter notre site internet, de gérer les demandes par mails de nos clients, de faire les factures... »

Les clients

Certains clients viennent essentiellement pour les produits alimentaires. « Ils savent ce qu'ils veulent et n'ont pas besoin de conseils ou très peu. Nous avons une clientèle fidèle, notamment des personnes intolérantes au gluten. C'est d'ailleurs un rayon qui a explosé en quelques années. Certains viennent toutes les semaines et font l'ensemble de leurs courses chez nous. »

Les clients ont parfois des attentes très précises. « Ils viennent avec un article d'un magazine qui vante tel ou tel produit. Si je ne l'ai pas, ils ne sont pas contents. Si je peux, je leur commande, mais parfois ils ne comprennent pas que je ne peux pas commander un seul article à la fois chez les fournisseurs si

Formations



Pour devenir vendeur en magasin bio, il existe 2 possibilités :

- Suivre une **formation généraliste** en vente (CAP, Titre professionnel, Bac Pro...)
- Suivre une **formation spécialisée** (pas forcément diplômante).

Formations généralistes

Ces diplômes peuvent être obtenus de plusieurs manières :

- Par **l'alternance** (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation). Voir : apprentissage.region-bourgogne.fr
- En faisant une **VAE** (validation des acquis de l'expérience) pour les personnes ayant au moins 3 ans d'expérience en commerce.
- En faisant une **formation continue**. Certaines de ces formations peuvent être prises en charge pour les demandeurs d'emploi par le Conseil Régional de Bourgogne et/ou Pôle Emploi. Ces formations peuvent également être accessibles aux salariés.

Guide des formations financées par le Conseil Régional de Bourgogne Franche-Comté sur le site internet de la MIP de Louhans (www.mip-louhans.asso.fr) ou le site d'Emfor (<http://www.emfor-bfc.org/>)

Formations spécifiques

Liste non exhaustive !

Formation diplômante : le CQP Vendeur Conseil en produits Bio

- Diplôme mis en place par la Branche professionnelle (tous les détails sur <http://www.afflec.fr/> rubriques « Formation » et « le titre de CQP ») reconnu par la Convention Collective.
- Formation accessible en contrat de professionnalisation (en 1 an), en CIF ou par la VAE.
- Plusieurs organismes habilités à délivrer la formation.

- **CFPPA** de Valdoie (03 84 58 49 62)
- **SEPR** à Lyon (04.72.83.27.27/28 www.sepr.edu)

- **IFOPCA** à Paris (01.55.26.39.90. <http://www.ifopca.fr>)

- **MFR** La Pommeraye à côte d'Angers (02.41.77.75.00. <http://www.mfr-cfa-pommeraye.fr>)

- **Tremplin 84** à Avignon (04.90.31.35.14. <http://www.tremplin84.fr>)

Autre formation locale : Conseiller en produits naturels (non diplômante)

- Ecole Lyonnaise des Plantes médicinales et des savoirs naturels (04.78.30.84.35. www.ecoledeplantesmedicinales.com).
- Formation soit à distance, soit les week-ends de janvier à décembre.
- Coût en 2014 : 1 840€ + 40€ de frais de dossier (possibilité de payer en plusieurs fois).

EPLM
13 rue Alsace Lorraine
69001 LYON

Programme :

- Module 1 : généralités, historique de la diététique, les écoles alimentaires, bases de la galénique et de la phyto-aromathérapie.
- Module 2 : refroidissements hivernaux, aromathérapie
- Module 3 : les besoins nutritionnels, les groupes d'aliments, les calories, les besoins énergétiques, les graines germées
- Module 4 : la peau et ses déséquilibres, drainage et cure dépurative, la cosmétique naturelle et bio, les allergies saisonnières
- Module 5 : les modes de cuisson, les compléments naturels, l'amincissement, les cures de jus, régimes et pathologies
- Module 6 : les insuffisances veineuses, équilibre et troubles féminins, les troubles de la fonction urinaire...
- Module 7 : la fatigue et le stress, les troubles du sommeil, l'immunité, visite d'un magasin
- Module 8 : les troubles articulaires et tendino-musculaires, les troubles liés au vieillissement, les antioxydants
- Module 9 : les troubles digestifs, les régimes et pathologies (suite)
- Module 10 : législation, actualité du secteur, les différents modes de commercialisation des produits bio, le développement commercial...

Boutique Nature ne le propose pas. »

Certains clients ont des demandes particulières. « Une dame est venue pour acheter des produits cosmétiques non testés sur les animaux. Mais sa démarche allait plus loin : elle voulait être certaines qu'aucun des composants des produits n'étaient testés sur les animaux. J'ai donc fait des recherches pour lui donner les informations. »

Le Conseil

Les clients viennent au magasin pour acheter bien sûr, mais aussi pour avoir des conseils. « Si on ne conseille pas, on ne vend pas. On nous pose beaucoup de questions sur les compléments alimentaires, questions qui varient selon les saisons car les préoccupations ne sont pas les mêmes. A l'automne les clients veulent être plus en forme, combattre la fatigue, après les fêtes, ils veulent faire une cure de détox, avec l'arrivée de l'été, ils veulent essayer de mincir... »

Les questions sur le sommeil et le stress reviennent souvent. « Les gens arrivent en nous disant « Qu'est-ce que vous avez pour dormir ? ». Il n'existe pas une seule réponse. Il faut poser des questions sur le type de problème, sur les traitements suivis... Par exemple il faut savoir qu'il ne faut pas proposer de l'extrait de pamplemousse à une personne sous anticoagulant car c'est un fluidifiant incompatible avec ce type de médicaments. Il faut faire très attention avec certains produits qui ne s'utilisent pas n'importe comment. C'est là que notre aide est précieuse. Et comme je ne peux pas tout savoir, j'utilise beaucoup de livres et de fiches pratiques pour conseiller. C'est notamment le cas pour les huiles essentielles que nous vendons beaucoup. Quand on sort un livre, ça rassure le client. C'est un métier où il faut avoir une certaine déontologie. On ne doit pas dire n'importe quoi aux gens, jouer à l'apprenti sorcier sous prétexte de vendre le produit. Il faut de la rigueur, être prudent et ne pas hésiter à revérifier les informations et surtout ne pas se substituer au corps médical ! »

Quelques exemples de conseils donnés aux clients

Nous suivons Viviane dans le magasin où elle vient aider Elodie. Une dame entre. Viviane s'avance vers la cliente : « Bonjour Madame, je peux vous aider ? » « Oui, je voudrais du café moulu par votre machine. » « Pas de problème. Vous souhaitez un café particulier ? » La cliente n'a pas d'idée précise. « N'importe lequel ». Viviane aurait pu s'arrêter là et mouder un café de son choix sans plus d'explication, mais elle choisit plutôt de proposer un type de café. « Vous connaissez le café sauvage ? Il est cueilli sur des arbres qui poussent à l'état sauvage, puis séché naturellement au soleil. Il en existe plusieurs sortes, du doux comme du plus fort. Et il y a une vraie démarche éthique, car cela permet de recueillir de l'argent pour une petite fille qui a besoin de soins médicaux. Et elle raconte l'histoire de cette petite fille. » La dame choisit le café le plus doux. Viviane lui prépare dans un sachet : « Je vous fais sentir et je vous donne la brochure explicative... »

Une autre dame arrive avec un petit papier sur lequel elle a noté ce dont elle a besoin. Viviane l'accueille. « Ce n'est pas pour moi, lui confie la dame, c'est pour une amie. Elle a besoin d'une pommade pour ses articulations. Et moi j'aurais besoin d'une pierre d'alun. » Là aussi, Viviane ne se contente pas de vendre simplement ce qui est demandé par la cliente, elle va expliquer les différents produits qui existent et va également être force de propositions après avoir posé quelques questions amenées au fil de la discussion. « Alors, pour la pierre d'alun, il en existe deux types, en stick ou en pierre. Ensuite, pour les sticks, j'ai deux tailles : que préférez-vous ? Pour la pommade, je peux vous proposer deux références, une enrichie aux huiles essentielles qui soulage plutôt la douleur et l'autre qui aide à reconstituer l'articulation. » « Je vais prendre le petit stick pour la pierre d'alun et pour la pommade, je ne sais pas trop... Il y a une date limite pour les utiliser ? C'est quoi le moins cher ? Je vais prendre celle-là... »

Au moment du passage en caisse, Viviane lui propose de garder le ticket au cas où la pommade choisie ne convienne pas. La cliente, sentant qu'elle a une interlocutrice à l'écoute et capable de la conseiller, lui demande autre chose. « Je suis actuellement en ménopause et j'ai des bouffées de chaleur. J'ai tout essayé mais rien n'est vraiment efficace. ». Viviane questionne : « quand avez-vous vos bouffées de chaleur, la journée, le soir ? ». La cliente répond et Viviane propose un produit : « connaissez-vous la gemmothérapie ? C'est à base d'extrait de bourgeon. Vous pouvez essayer le bourgeon de pommier qui est en général plutôt