

Fleuriste : valoriser sa boutique en ligne, développer les avis clients et gérer les commandes digitales

Formation intra-entreprise pour les équipes de boutiques de fleuristes : photos et vidéos au smartphone, avis clients, contenus pour les réseaux, commandes en ligne et routine digitale.

DURÉE 35 h (7 h en présentiel, 28 h en e-learning)	MODALITÉS Présentiel en boutique (7 h) • E-learning asynchrone (28 chapitres d'une heure) • Intra-entreprise, groupes de 5 à 6 personnes
PUBLIC Fleuristes salariés et apprentis d'une enseigne de boutiques de fleurs. Formation intra-entreprise, inscription par l'employeur.	PRÉREQUIS Aucun. Savoir utiliser un smartphone.
TARIF 1 400 € — 1 400 € net de taxes par stagiaire, en intra-entreprise (programme du 08/10/2026 ; aucune convention signée à ce jour).	DÉLAI D'ACCÈS 15 jours après l'accord du financeur ; sans financement, 15 jours après la signature de la convention. Dates fixées dans la convention avec l'entreprise.
LIEU Journée de lancement dans une boutique de l'enseigne ; e-learning sur la plateforme de l'organisme partenaire (Qweed), sur ordinateur, tablette ou smartphone.	FORMATEURS Daniel FERRAS, Géraldine SMOLORZ
FINANCEMENT Prise en charge possible par l'OPCO de l'entreprise (plan de développement des compétences). Pour une formation financée, la convention est conclue avec Axelerance (Caen), organisme de formation partenaire, qui monte le dossier de financement ; EP Digital X anime la formation en sous-traitance. La prise en charge dépend des critères et de l'accord du financeur : elle n'est pas garantie.	
CONTACT EP Digital X • contact@epdigital.fr • 09 80 80 34 29 • pédagogie : Daniel Ferras, daniel@epdigital.fr	

Objectifs et évaluation

1. Photographier au smartphone un bouquet, une composition ou une plante avec un cadrage et une lumière maîtrisés, puis déposer des fichiers retouchés et nommés selon la convention de l'enseigne.

Évaluation : Atelier photo en boutique (5 photos déposées) ; exercices et quiz du module 1.

Seuil de réussite : Quiz : 70 % de bonnes réponses. 5 photos déposées et conformes à la convention de nommage.

2. Tourner et monter une vidéo courte de 15 à 30 secondes (making-of, avant/après) en respectant le droit à l'image.

Évaluation : Atelier vidéo en boutique (une vidéo produite) ; exercices et quiz du module 2.

Seuil de réussite : Quiz : 70 %. Vidéo de 15 à 30 s remise.

3. Solliciter un avis client avec une phrase type et le QR code, rédiger une réponse à un avis positif ou négatif et transmettre les informations à publier sur la fiche Google.

Évaluation : Jeu de rôle en boutique (script personnel et réponse rédigée) ; quiz du module 3.

Seuil de réussite : Quiz : 70 %. Script et réponse remis et validés par le formateur.

4. Proposer et rédiger un contenu (visuel et légende) adapté au calendrier du fleuriste, puis le transmettre à la personne chargée de la communication.

Évaluation : Contenu transmis ; exercices et quiz du module 4.

Seuil de réussite : Quiz : 70 %. Contenu complet (visuel, légende, date) remis.

5. Traiter une commande en ligne, de la réception au retrait ou à la livraison, en appliquant la procédure de vérification et de communication avec le client.

Évaluation : Mise en situation en boutique (fiche de traitement remplie) ; quiz du module 5.

Seuil de réussite : Quiz : 70 %. Fiche de traitement complète et sans erreur.

6. Appliquer les techniques de conseil et de vente additionnelle, collecter les coordonnées des clients avec leur accord et traiter une réclamation.

Évaluation : Cas pratiques écrits ; quiz du module 6.

Seuil de réussite : Quiz : 70 %. Cas pratiques remis.

7. Appliquer une routine digitale quotidienne et hebdomadaire et finaliser le plan d'action digital de sa boutique.

Évaluation : Plan d'action évalué par le formateur avec une grille ; quiz final de 20 questions.

Seuil de réussite : Quiz final : 70 % de bonnes réponses. Plan d'action conforme à la grille.

Programme détaillé

Phase 1 – Journée de lancement en boutique (7 h)

En groupe de 5 à 6 personnes, chaque groupe mêlant plusieurs boutiques. Émargement le matin et l'après-midi. La journée peut se tenir en une fois ou en deux demi-journées de 3 h 30.

Matin (9 h 00 — 12 h 30)

- Accueil, émargement et test de positionnement (30 min).
- Présentation du parcours, activation de l'adresse e-mail individuelle et première connexion à l'e-learning (30 min).
- Atelier photo sur compositions réelles : 5 photos par apprenant (1 h 30).
- Atelier avis Google : phrase en caisse, QR code, réponse à un avis (1 h).

Après-midi (13 h 30 — 17 h 00)

- Atelier vidéo : tourner le making-of d'un bouquet, en binôme (1 h 30).
- Atelier commande en ligne : simulation d'une commande web et d'un retrait (1 h).

- Lancement du plan d'action digital de sa boutique et planning de l'e-learning (45 min).
- Questionnaire de satisfaction et clôture (15 min).

Phase 2 – E-learning (28 h)

7 modules de 4 chapitres d'une heure. Chaque chapitre : objectifs, cours illustré, deux exercices, quiz de 4 questions commenté et synthèse imprimable.

1. **Photo produit au smartphone (4 h)** : réglages et lumière ; cadrage et angles ; mise en scène, vitrine et fond neutre ; retouche, formats, nommage et dépôt.
2. **Vidéo courte et live (4 h)** : formats (Reels, Stories, avant/après, making-of) ; tournage stable ; montage simple, sous-titres, musique libre de droits ; stories et lives, droit à l'image.
3. **Fiche Google et avis clients (4 h)** : comprendre la fiche de sa boutique ; transmettre les bonnes informations ; obtenir des avis sans contrepartie ; répondre aux avis positifs et négatifs.
4. **Contenus pour les réseaux sociaux (4 h)** : ligne éditoriale de l'enseigne ; calendrier du fleuriste ; idées et légendes ; transmission des contenus et lecture des statistiques.
5. **Commandes en ligne et retraits (4 h)** : parcours d'une commande web ; préparation et message de la carte ; retrait, livraison et produit de remplacement ; communication avec le client.
6. **Relation client et fidélisation (4 h)** : conseil et vente additionnelle ; collecte des coordonnées avec accord (RGPD) ; rappels d'occasions et abonnements ; gestion d'une réclamation.
7. **Routine digitale de la boutique (4 h)** : organisation du Drive partagé ; routine quotidienne et hebdomadaire ; suivi des résultats ; finalisation du plan d'action et quiz final.

Méthodes et moyens pédagogiques

En boutique : pratique encadrée sur des compositions réelles, jeux de rôle, travail en binôme, mises en situation. En e-learning : cours en PDF illustrés d'exemples du métier, exercices pratiques en boutique avec livrable déposé, cas pratiques écrits, quiz corrigés et commentés. Projet fil rouge : le plan d'action digital de sa boutique.

Plateforme e-learning accessible 24 h/24 avec suivi du temps de connexion ; smartphone de l'apprenant ; adresse e-mail individuelle pour une connexion tracée ; compositions réelles de la boutique d'accueil, QR code d'avis, fiches d'atelier, feuilles d'émargement.

Modalités d'évaluation

Avant : test de positionnement de 20 minutes au début de la journée de lancement. Pendant : livrables des ateliers, exercices déposés et quiz de 4 questions à la fin de chaque chapitre. À la fin : quiz final de 20 questions et plan d'action évalué avec une grille. Satisfaction : questionnaire à la fin de la journée de lancement et à la fin du parcours, puis questionnaire à froid 3 mois après. Une attestation de fin de formation est remise à chaque apprenant.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Supports PDF lisibles et agrandissables sur tous écrans, quiz sur tous supports ; ateliers en boutique et délais de l'e-learning aménageables. Contactez la référente handicap avant l'inscription : Géraldine Smolorz, contact@epdigital.fr, 09 80 80 34 29. L'échange est confidentiel, aucun justificatif médical n'est demandé.

Référente handicap : Géraldine Smolorz • contact@epdigital.fr • 09 80 80 34 29