

Parcours de formation en Vente Retail



Communication et Expérience client



Créer une relation authentique et personnalisée avec chaque client ; mieux gérer la pression, les objections et les situations difficiles en boutique ; devenir les véritables ambassadeurs de la marque, et transformer chaque échange en opportunité de fidélisation.



Objectifs

- Valoriser son image et sa posture pour inspirer confiance dès les premiers instants.
- Développer une communication fluide, naturelle et orientée client.
- Comprendre les attentes et comportements d'achat des clients en boutique.
- Gérer les objections, les situations tendues et conclure la vente avec sérénité.
- Offrir une expérience client mémorable à chaque interaction.



Public concerné

Vendeurs, conseillers, responsables de boutique ou toute personne en contact direct avec les clients.



Prérequis

Aucun



Modalités d'évaluation

Mises en situation pratique

12 heures

Programme

1. Soigner sa communication et son image

- L'impact des 20 premières secondes : attitude, sourire, regard, posture.
- Cohérence entre discours, gestes et ton de voix.
- Techniques d'écoute active pour comprendre rapidement le besoin du client.
- Créer un climat de confiance dès l'accueil.

2. Affirmer sa posture commerciale

- Trouver le bon équilibre entre proximité et professionnalisme.
- Gérer ses émotions face à des clients exigeants ou pressés.
- Répondre avec tact et confiance aux objections ou remarques difficiles.
- Oser proposer, conseiller et orienter la vente.

3. Gérer les situations délicates

- Transformer une réclamation en opportunité de fidélisation.
- Rester calme et assertif face à un client mécontent.
- Les mots et attitudes à adopter pour apaiser une tension.
- Savoir dire non sans perdre la relation.

4. Optimiser la relation client après la vente

- L'art du "au plaisir de vous revoir" : conclure positivement.
- Relancer ou remercier un client (fichier client, message post-achat, réseaux).
- Fidéliser par la personnalisation et la reconnaissance du client régulier.

Maîtriser l'entretien de vente et le Closing



Conduire un entretien de vente complet, du premier contact au paiement, avec une posture de conseiller expert.

Augmenter votre taux de transformation et la satisfaction de vos clients.



Objectifs

- Structurer un entretien de vente de A à Z en point de vente.
- Identifier rapidement les besoins du client et adapter son discours.
- Argumenter avec impact en valorisant les bénéfices client.
- Gérer les objections avec confiance.
- Conclure la vente efficacement tout en préparant la fidélisation.



Public concerné

Vendeurs et conseillers en boutique souhaitant perfectionner leur efficacité commerciale.



Prérequis

Aucun



Modalités d'évaluation

Mises en situation pratique

12 heures

Programme

1. Structurer la vente en boutique

- Les 5 étapes de la vente retail : accueil, découverte, argumentation, conclusion, fidélisation.
- Les 4x20 pour capter l'attention et créer un lien immédiat.
- Faire vivre une expérience d'achat fluide et agréable.

2. Découvrir les besoins du client

- Poser les bonnes questions pour cerner attentes, freins et motivations.
- Observer le non-verbal pour détecter les signaux d'achat.
- Reformuler pour valider la compréhension et renforcer la confiance.

3. Argumenter et convaincre

- Utiliser la méthode B.A.C. (Bénéfices, Avantages, Caractéristiques).
- Adapter son discours au profil du client (rationnel, émotionnel, pressé, hésitant).
- Donner envie sans forcer : storytelling, démonstration, test produit.

4. Conclure et fidéliser

- Identifier les signaux d'achat et déclencher la décision.
- Techniques de closing adaptées à la vente en boutique (closing direct, alternatif, progressif).
- Valoriser la prochaine visite ou l'inscription au programme fidélité.

Vente personnalisée et Adaptabilité comportementale



Personnaliser votre approche à chaque type de client pour booster votre taux de transformation et améliorer leur satisfaction.



Objectifs

- Savoir identifier les différents profils clients (Pressé, Exigeant, Butineur, Indécis).
- Adapter son attitude, son rythme et son discours selon le profil.
- Gérer les comportements difficiles avec aisance.
- Développer son intelligence relationnelle pour des ventes plus naturelles.



Public concerné

Vendeurs, responsables de boutique, managers de rayon.



Prérequis

Maîtriser l'entretien de vente en boutique



Modalités d'évaluation

Mises en situation pratique

12 heures

Programme

1. Identifier et comprendre les profils de clients

- Lecture comportementale en boutique : observation, posture, ton, réactions.
- Les grands profils comportementaux et leurs attentes clés.
- Repérer rapidement les signaux d'ouverture ou de résistance.

2. Adapter sa communication et sa vente

- Adapter son rythme, son vocabulaire et sa gestuelle à chaque type de client.
- Gérer les clients "pressés", "indécis" ou "dominants".
- Trouver le bon ton et la bonne distance relationnelle.

3. Désamorcer les résistances et les tensions

- Techniques pour apaiser un client difficile.
- Transformer une situation tendue en opportunité de fidélisation.
- Utiliser l'humour, l'écoute et la reformulation comme leviers d'apaisement.

4. Personnaliser l'expérience client

- Créer de la valeur perçue par la personnalisation du conseil.
- Utiliser la mémoire client (habitudes, goûts, préférences).
- Développer l'effet "waouh" par des attentions simples mais marquantes.