

# CLICK & COLLECT

## Vente et relation client

### Contexte

**Le mode d'achat des clients évolue. En quelques années il est passé du monocanal au multicanal, du cross-canal à l'omnicanal.**

Le « CLICK & COLLECT » offre la possibilité au client de commander sur un site e-commerce et de prendre possession de sa commande en magasin.

Conséquence directe, le point de vente devient également lieu de SAV pour ces clients CLICK & COLLECT.

Les équipes de vente doivent donc être capables d'optimiser ces brefs moments de contact humain pour en faire une « expérience client » positive, tant pour le client que pour l'enseigne.



### Objectif

La formation « CLICK & COLLECT » en magasin a pour objectif d'accompagner l'évolution du rôle des vendeurs, de les préparer à optimiser la visite des clients venus retirer une commande passée par internet et à gérer le SAV, dans une finalité de développement du CA, de la satisfaction et de la fidélisation client.

### Déroulement

**La formation est structurée en 3 grandes étapes :**

**1<sup>ère</sup> étape : le circuit client « CLICK & COLLECT », la gestion de la relation client.**

Il s'agit ici de sensibiliser les vendeurs aux différents types de circuits clients, à identifier les étapes que le client a déjà franchies on-line et ainsi lui apporter en magasin la plus-value personnalisée dont il a besoin lors du retrait de sa commande.

Les vendeurs découvriront l'ensemble des éléments de gestion de la relation clients dans votre enseigne, votre dispositif de CRM et de lead-management (site web, jeux et concours on line, propositions commerciales personnalisées, page Facebook, bons d'achat, remerciements, ...), et l'importance de leur rôle dans cet ensemble.

Ils découvriront aussi l'intérêt dans certaines situations commerciales du « store-to-web » et si votre enseigne est concernée, l'utilisation efficace du « web-in-store » (voir aussi la formation Fora « connected-store » : vendre dans un magasin connecté).

**2<sup>ème</sup> étape : la livraison en magasin d'une commande passée sur le web**

Il s'agit de faire de ce bref moment d'échange avec le client une expérience d'achat positive au service de sa satisfaction et de sa fidélisation ; dans une finalité de performance et de productivité du point de vente.

Les vendeurs sont amenés à travailler sur le process, les outils et supports, et à adapter leurs comportements verbaux et non verbaux.

### Thèmes proposés :

1. L'identification des différents types de clients « CLICK & COLLECT » par l'observation de leur attitude à leur entrée et dans le magasin (pressés, curieux, ouverts à propositions, ...)
2. L'accueil et l'identification du client
3. La vérification de la commande, des produits
4. L'essayage éventuel des produits
5. La proposition de produits ou solutions complémentaires
6. L'information commerciale (offres et promotions en cours dans le magasin)
7. La remise de coupons pour un prochain achat et suggestions de produits
8. La proposition de la carte de fidélité
9. Le retour d'expérience « CLICK & COLLECT », le dialogue sur les habitudes d'achat du client, les informations à faire remonter au siège.

**3<sup>ème</sup> étape : la gestion des SAV des achats « CLICK & COLLECT »**

Il s'agit ici de garantir au client une expérience positive y compris lors d'un éventuel retour de produit. Cette étape délicate mal gérée fera perdre le client pour longtemps ; au contraire une parfaite gestion de son retour ou de sa réclamation le fidélisera durablement.

Les vendeurs seront tout d'abord sensibilisés aux enjeux du SAV, au coût d'acquisition d'un client, au bénéfice d'un client fidélisé, au coût réel d'un SAV bien géré, à leur influence sur la satisfaction du client par un comportement positif.

Les vendeurs travailleront ensuite sur le process de gestion des SAV « CLICK & COLLECT », les outils à leur disposition, leurs comportements verbaux et non verbaux.

# CLICK & COLLECT

## Vente et relation client

### Thèmes proposés :

1. L'accueil et la prise en charge du client
2. Le questionnement, l'écoute, la compréhension du parcours d'achat et du problème rencontré, la demande de précision... sans suspicion.
3. La vérification des produits
4. La gestion des situations délicates
5. Le rappel « commercial » des conditions de reprise ou de SAV « CLICK & COLLECT » de l'enseigne
6. L'expression de la solution proposée, la possibilité de « geste » commercial (dans le respect de la politique commerciale de l'enseigne).
7. La gestion des désaccords, voire des conflits : comment satisfaire au mieux le client ?
8. Les derniers instants : comment finir sur une touche positive et fidéliser le client ?

### Démarche pédagogique :

- Avant la formation : mini étude de cas et/ou questionnaire de mise en éveil sur la plateforme e-learning Fora « Simple » et/ou réalisation d'une recherche de produit sur le web selon un scénario défini avec auto-analyse des facteurs d'influence.
- Formation présentielle : accueil des stagiaires comme des clients CLICK & COLLECT ; analogie entre leur situation de stagiaire en salle et celle d'un client en magasin. Utilisation de tablettes en remplacement des supports physiques traditionnels (option).
- Possibilité de formation totalement par e-learning : création d'un module « sur mesure » et mise en ligne sur la plateforme Fora « Simple ».
- Evaluation de fin de formation : mise en situation évaluée et notée par le formateur et/ou quiz de validation des acquis.

### Durée de la formation présentielle :

« sur-mesure » selon les objectifs exacts et contraintes d'organisation.

- **Version 1 journée** : 40% d'apports de connaissances et de méthodologies, 60% d'exercices et de mises en situation de vente et de relation clients (training).
- **Version 2 jours** : 20% de prise de conscience du contexte et des enjeux au travers d'une mise en situation « client » (les stagiaires sont amenés à réaliser un parcours d'achat omnicanal et à consigner toutes leurs impressions positives et négatives), 30% d'apports méthodologiques, 50% d'exercices pratiques et mises en situation (training).

Possibilité d'accoler cette formation à d'autres modules pour une solution 100% sur-mesure.

Voir les concepts Fora :



#### Le vendeur connecté client :

vendre en magasin au client omnicanal



#### Connected-store

vendre dans un magasin connecté

