

- Le consommateur a besoin aujourd'hui d'être en relation avec des vendeurs qui savent le conseiller, le guider avec tact et empathie, pour une satisfaction partagée.
- A contrario, de nombreux visiteurs ressortent des magasins n'ayant pas trouvé le produit recherché ou d'offres séduisantes, ou n'ayant pas eu les conseils ou le petit coup de pouce pour se faire plaisir.
- Pire, de nombreux clients sont insuffisamment conseillés sous de faux prétextes des vendeurs et sont amenés à réaliser ou compléter leurs achats un peu plus tard dans un autre magasin.


**OBJECTIFS DE CETTE FORMATION**

- Satisfaire un maximum de visiteurs, dans le respect de votre positionnement, de votre image de marque, de votre concept.
- Développer la performance et la productivité commerciale de vos vendeurs.


**PROGRAMME DE LA FORMATION**

Cette formation se déroule en 4 parties.

**01** ———  
DÉCOUVERTE  
DES INDICATEURS  
DE PERFORMANCE  
EN MAGASIN, SOUS FORME  
D'EXEMPLES CONCRETS,  
DE VALEURS COMPARATIVES  
ET DE PETITS  
EXERCICES CHIFFRÉS.

1. Le « taux de transformation » (nombre d'acheteurs / nombre de visiteurs)
2. Le « panier moyen » ou le « ticket moyen » (CA / nombre de tickets de caisse)
3. L'« indice de vente » ou le « nombre d'article par panier » (Nombre d'articles vendus / nombre de tickets de caisse).

- Quelles sont les statistiques commerciales dans différents secteurs d'activité, les différences de performance en centre-ville, en centre commercial, en outlet, ... ? Faut-il se comparer avec les autres points de vente de l'enseigne ? Avec les concurrents ?
- Quels objectifs de progrès se fixer ?

**02** ———  
COMMENT FAIRE  
ÉVOLUER LE TAUX  
DE TRANSFORMATION ?

Identification de différents leviers de développement :

- La visibilité de l'offre produits
- La prise en charge des clients
- La vente conseil
- La présentation systématique de l'opération commerciale en cours
- La vente des services connexes
- La vente de substitution
- Le questionnement des visiteurs qui quittent le magasin sans achat.

**03** ———  
COMMENT FAIRE  
ÉVOLUER LE  
PANIER MOYEN

- La mise en scène des produits
- La vente de solutions complètes
- La montée en gamme
- Les ventes complémentaires
- Les ventes additionnelles
- La vente de solutions de financement.

**04** ———  
COMMENT FAIRE  
ÉVOLUER L'INDICE  
DE VENTE

- La mise en scène des produits
- La vente de solutions complètes
- Les ventes complémentaires
- Les ventes additionnelles
- La vente de solutions de financement.


**MÉTHODES PÉDAGOGIQUES « BLENDED »**

- Cette formation est bâtie totalement sur mesure. Elle peut faire appel à de nombreuses modalités pédagogiques mixtes : e-learning, formation présentielle, partage de bonnes pratiques, animation digitale, formation de vos formateurs internes, vidéo, formation à distance, méthode des « focus », formation en grands groupes, AFEST, ...


**BÉNÉFICES DE LA FORMATION**

- Des équipes mobilisées sur les indicateurs de vente.
- Des résultats économiques époustouflants.
- Des équipes elles-mêmes étonnées de leur capacité à développer les ventes et la satisfaction clients.