



## VENTE

FORMATION  
À LA VENTE  
AU CLIENT  
MONOCANAL ET  
OMNICANAL

→ Cible : vendeurs et encadrement en points de vente, débutants et expérimentés. Equipes en points de vente ayant la nécessité d'adapter leurs pratiques commerciales aux nouveaux parcours et comportements d'achat des clients mono-canaux et omni-canaux.



## OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Savoir identifier où en est chaque client dans son parcours d'achat (monocanal, omnicanal).
- Savoir lui apporter ce dont il a précisément besoin à ce moment de son parcours d'achat (découverte du produit, conseils personnalisés, rassurance, accompagnement, solution globale, contact humain, ...) en parfaite harmonie avec les autres canaux de vente de l'enseigne.
- Satisfaire à coup sûr ses attentes et besoins, et ainsi développer la contribution économique du point de vente.



## CONTENU DE LA FORMATION, EN 7 ACTIONS CLÉS :

- 01** IDENTIFIER LE CLIENT → grâce aux outils CRM et programme de fidélité, connaître l'historique de ses contacts avec l'enseigne ou avec la marque et ainsi personnaliser la relation.
- 02** FAIRE DÉCOUVRIR LES PRODUITS PHYSIQUEMENT → généreusement, les faire toucher, les déballer si besoin, les faire essayer et manipuler.
- 03** APPORTER DES CONSEILS EXPERTS ET PENSER « SOLUTION GLOBALE » → coacher le client dans son achat et surtout lui proposer une solution complète répondant à son besoin d'usage !
- 04** S'APPUYER SUR LES MOYENS DIGITAUX → « in-store » du magasin (bornes, tables, tablettes, smartphones, QR codes), voire ceux du client, dans une nouvelle posture de vente tripartite.
- 05** TRANSFORMER LE VISITEUR EN ACHETEUR SATISFAIT → l'accompagner dans sa réflexion, ses choix, sa décision, avec différentes méthodes de concrétisation tenant compte du niveau de maturation de chaque client.
- 06** CAPTER LES CLIENTS ISSUS DE L'E-RESA ET DU CLICK & COLLECT → ceux qui sollicitent des retours produits ou faisant appel au SAV, pour réaliser des ventes complémentaires ou de substitution en leur offrant des services parfaits, dans le respect d'un processus clairement défini, avec une attitude, des supports et un vocabulaire adaptés.
- 07** CONSTRUIRE AVEC LES CLIENTS UNE RELATION RÉELLEMENT « EXTRA-ORDINAIRE » → les mettre en contact lors d'ateliers pratiques ou de présentation de nouveaux produits, organiser des soirées commerciales, animer une communauté d'utilisateurs, le tout avec convivialité, bienveillance et tout simplement... gentillesse.



## 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 vendeurs à l'aise et capables de parfaitement s'adapter à chaque type de clients et leur apporter la bonne plus-value.
- Des indicateurs de vente à la hausse (TT, PM, IDU, NPS, ...)