

PROGRAMME DE L'OFFRE DE FORMATION

Accueil - Conseil - Fidélisation - Niveau Avancé - 10h

PUBLIC CIBLE	PRÉ-REQUIS	NIVEAU	DURÉE ESTIMÉE
Tout salarié en magasin Demandeur d'emploi ayant une première expérience en face à face avec du public	aucun	Aucun	7h00

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- A la fin de cette formation de 10h les apprenants seront en mesure de :
 - o Décrire le processus d'accueil et les 7 étapes de relation client
 - o Identifier les besoins des clients dès l'accueil et y répondre par un premier conseil avisé et pertinent en vue de satisfaire et inspirer confiance et engagement.
 - o Découvrir la méthode CAP
 - o Appréhender les objections des clients et argumenter avec assertivité
 - o Reproduire une stratégie de fidélisation.

APTITUDES

Apprendre à Identifier les besoins des clients et les traduire par la reformulation et le questionnement Apprendre à savoir donner un conseil simple rapide et pratique avec la méthode CAP

Comprendre l'intérêt de s'oublier et d'être centré sur l'autre . Attention à l'égo-marketing !

COMPETENCES

Développer l'écoute active et l'intérêt être centré sur l'autre., Lors d'une question du client oublier les produits et donner de l'espace au client à son accueil à sa découverte, La maîtrise de la découverte est une des plus grandes forces de la vente conseil. Un usage habile des questions permet d'éclairer le contexte, les acteurs clés, les critères de choix et d'y repérer les véritables enjeux décisionnels. Il faut développer discernement et empathie, Etre rapide ! Rapide à la fois dans la réflexion et dans l'action., La pertinence.

Bien orienter les choses dès le départ. Il s'agit de la capacité à faire un lien judicieux entre les premières informations recueillies et la piste de solution envisagée. Cela combine une bonne vision globale, de l'analyse, et de la logique.

CONTENUS PÉDAGOGIQUES

- Programme - Approfondissement du programme Essentiel
 - o Découvrir les 7 étapes de la relation client dans la vente :
 - o Comprendre l'importance de la préparation
 - o Incarner les valeurs de l'entreprise
 - o Découvrir l'intérêt de l'écoute active et du questionnement avant de conseiller quoi que ce soit
 - o Se mettre du point de vue du client pour comprendre ses attentes
 - o Donner des arguments vraisemblables et adaptés dans un contexte donné issu du questionnement
 - o Comprendre les objections et découvrir l'intérêt de l'assertivité avec les clients difficiles
 - o Renforcer la vente et la relation
 - o Donner envie de revenir et fidéliser

METHODES MOBILISEES

Un premier RV pour le lancement de la formation : 30-45 mn en visio avec formateur et les autres apprenants. Puis 2 classes virtuelles de 2,5 h sur période de 15 jours avec 1,5 h de séquences de vidéos explicatives ou e-learning entre les classes virtuelles avec étude de documents. 30 mn de Feed back collectif puis RV individuel de 30 mn après le parcours.

Accès à une plateforme de formation en ligne (LMS) très ergonomique permettant aux apprenants appartenir à une communauté virtuelle et utiliser les outils d'apprentissage en ligne. Notre LMS héberge d'une part le contenu élaboré selon une stratégie de formation spécifique, et d'autre part les outils d'évaluation et des formateurs et/ou tuteurs qui animent cette formation.

MOYENS TECHNIQUES

Il est nécessaire de savoir naviguer sur le Web et gérer ses mails. en toute autonomie. Avoir un ordinateur récent Windows 10 et le navigateur Chrome. Une connexion internet HD (pas d'ADSL). Wifi dernière génération (sinon préférer connexion filaire RJ 45). Connexion sur smartphone 4 G en modem si pas d'autres solutions Une web cam + un micro casque

MOYENS D'ENCADREMENT

Multimodalité distancielle favorisant la transposition et l'ancrage mémoriel en mixant des parties asynchrones et synchrones avec une grande place aux classes virtuelles ou aux ateliers en présentiel.

Formation encadrée par des formateurs (trices) de type "formateur 3.0 "ayant une longue expérience magasin dans la relation client et/ou dans l'animations d'équipes de vente. Le formateur 3.0 est capable d'identifier les fonctionnalités, les limites et les bénéfices des modalités pédagogiques digitales, il apporte les complémentarités pédagogiques entre le présentiel et le digital, et facilite et dynamise l'apprentissage par des dispositifs blended innovants et percutants.

MODALITES D'EVALUATION

Contrôle des acquis par logs sur les Quiz et exercices via la plateforme en ligne d'apprentissage (LMS). Exercice à présenter au groupe en fin de parcours. Liste d'émargement et attestation de présence.

MODALITÉS D'ACCÈS

Tous nos formateurs sont sensibilisés aux situations de handicaps. Nous veillons au respect des conditions d'accueil des Publics concernés. Nos respectons les conditions d'utilisation des salles de formations dans le contexte sanitaire du COVID 19. Pour la non utilisation des masques durant les formations nous veillons à la mise en place d'une organisation de la formation et à une configuration des salles permettant de garantir le respect des règles de distanciation physique. Nous nous assurons que nos formations qui sont organisées en dehors de nos locaux (La Patio - Le Bouscat près de Bordeaux) comme par exemple chez le client ou dans un lieu neutre, se déroulent dans le respect des gestes barrières.

DURÉE D'ACCÈS

A partir de 3 personnes en INTER Entreprise dans notre centre de formation à Bordeaux ou salle louée à cet effet en région proche des entreprises(Inter résidentiel). Une formation à distance est une INTER entreprise. Nécessaire de se préinscrire plusieurs semaines avant. Calendrier semestriel publié en amont.

A partir de 1 personne en INTRA Entreprise dans vos locaux ou salle que vous mettez à disposition ou à distance en classe virtuelle. Par petits groupes (1 à 3, de 4 à 6, de 6 à 10 maxi) pour les salariés d' une même entreprise. Délai sous 8 à 15 jours après inscription et accord de financement .

Possibilité de personnalisation de la formation et de fixer la date au choix de l'entreprise et selon disponibilités des salariés et du formateur.

TAUX DE REUSSITE

-

DEBOUCHES

Le salarié d'accueil et de services à la clientèle (commande en ligne- SAV) accueille, renseigne et oriente la clientèle. Son activité est centrée sur la relation client commerciale, humaine, avisée et fidélisante.