VENTES EN AGENCES : AUGMENTER LE PANIER CLIENT EN FACILITANT SON PARCOURS D'ACHAT

Référence CLIVENT06

Programme de formation

BESOINS DE L'AGENCE

Toute agence vendeuse de services doit augmenter son chiffre d'affaires pour se développer – et qui n'avance pas recule ! Deux options classiques s'offrent : augmenter ses prix (c'est courir le risque de faire fuir la clientèle), et accroître la fréquentation du commerce (un axe couteux et lourd à mettre en œuvre).

En revanche, l'axe d'augmentation direct du chiffre d'affaires est celui de l'augmentation du panier d'achats des clients existants. Cette augmentation est réalisée selon la méthode de « facilitation du parcours d'achat ».

Des études confirment que le vendeur compétent peut faire augmenter le panier d'achat client de près de 30%. Comment ? En facilitant chaque étape de son parcours d'achat lors des entretiens de vente conseil !

Pour encaisser ces 30% additionnels, les agences ont donc impérativement besoin de former leurs vendeurs et vendeuses conseils à la méthode de facilitation de parcours d'achat client.

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation apporte aux participants la méthode complète pour faire croître le panier d'achat client depuis la prise de contact à la fourniture du service. Elle leur donne une sélection de leviers psychologiques sur lesquels ils peuvent intervenir face au client. Elle est une alternative bienvenue aux techniques de vente classiques, souvent trop compliquées, et difficiles à appliquer face aux clients.

PRESCRIPTIONS

OBJECTIFS OPERATIONNELS

- Acquérir les compétences de vente qui permettent d'augmenter le panier d'achats au fil du parcours client en entretien conseil (téléphone et physique)
- Savoir actionner les leviers d'achats additionnels en prise de brief, découverte des souhaits et besoins réels, élargissement du choix possible, montée en gamme, propositions et suggestions, occasions uniques, découvertes de services, etc.) ;
- Savoir réaliser des ventes additionnelles et extra-qualitatives ;
- Acquérir la méthode de vente de « facilitation du parcours d'achat ».

PUBLIC CONCERNE

- Vendeurs et vendeuses débutant(e)s et confirmé(e)s
- Chefs d'équipes de vente, chefs de projets, et directeurs d'agence.

PREREQUIS

- Avoir les connaissances de base des principes de la relation client ;
- Être motivé, vouloir développer son potentiel de vente en magasin.

DUREE

- 2 jours (14h) non consécutifs : la seconde journée permet un retour sur expérience et la consolidation de la méthode.

METHODES PEDAGOGIQUES

- Démonstratives, magistrale et de découverte ;
- Nombreux exercices d'application.

POSITIONNEMENT ET EVALUATION DES ACQUIS

- En entrée formation : test et quizz de positionnement ;
- En cours de formation : tests intermédiaires et quizz ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

LES + PEDAGOGIQUES DE LA FORMATION

- Consultant-formateur expert en communication client, vente et psychologie de l'achat ;
- 6 participants maximum ;
- Entraînements intensifs par jeux de rôle sur les techniques de vente additionnelle et de sur-qualité ; mises en situation de vente sur la totalité du parcours d'achat client ;
- Travail sur le contexte et les problématiques des participants ; utilisation de cas de parcours d'achats fournis ;
- Débriefings du groupe et du formateur ; feedbacks bienveillants et prise en compte constante du contexte des participants ;
- Les apports théoriques explicitent et complètent le travail spécifique ;
- Création d'une bibliothèque personnelle de formulations de vente ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue ;
- A l'issue, les participants reçoivent un aide-mémoire synthétique centré sur la méthode de « facilitation du parcours d'achat » ;
- Suivi à distance « hotline » de 6 mois (téléphone, zoom).

Actualisation : janvier 2025

MODALITES DES SESSIONS

INTRA-ENTREPRISES
Intra-entreprises à la demande, sur votre site ou en nos locaux.

NOMBRE DE PARTICIPANTS
8 participants maximum par session pour un travail optimisé.

INSCRIPTIONS
Inscriptions entreprises et individuels par email à contact@face-client.com

Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions distancielles garanties
à la 1ère inscription (Interface Zoom).

ACCESSIBILITE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP
Nos locaux de Paris Opéra sont handi-accessibles. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

CONTACT - INSCRIPTIONS

Face-Client
Communication client - Vente et négociation
Conseil Formation Coaching
Équipes Vendeurs Commerciaux

FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
15-17 rue Scribe
F-75009 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

CONTENU DE LA FORMATION

LA METHODE DE FACILITATION DU PARCOURS D'ACHAT CLIENT

- Ce qui différencie la méthode de facilitation et les techniques de vente classiques
- Principe de « parcours client facilité » : les données statistiques d'augmentation du panier d'achats

REPONDRE AUX BESOINS D'ACHAT DU CLIENT EN MAGASIN

- Motivations et freins aux achats de services : les reconnaître
- Le rôle du vendeur est d'aider le client à acheter à son potentiel
- Positionnement clé du vendeur : compétence et coopération
- Positionnement d'influence du vendeur : bienveillance et pouvoir

MIS EN ŒUVRE DE LA METHODE DE FACILITATION

- Mettre en œuvre la « vente solution » plutôt que la « vente produit »
- Identification des étapes du parcours d'achat client
- Présentation des leviers de vente de chacune des étapes
- L'encouragement à l'achat : le client est là pour acheter
- Installer un rythme dynamique dans le parcours d'achat
- S'appuyer sur toute la gamme de services (variété et qualité)
- Règle d'or : être d'accord avec le client
- Utiliser la puissance des cadres de référence individuels clients durant le parcours d'achat
- La rassurance continue : le client ne veut pas se tromper
- Validation : offrir au client l'approbation du bienfondé de son achat
- Dépasser le budget prévu : l'autoriser à dépasser l'alibi garde-fou
- Conforter et féliciter le client dans ses décisions d'achat
- Marquer les différentes étapes par de validations rassurantes
- Fin du parcours : savoir utiliser le syndrome d'achat « duty-free »
- Favoriser le retour du client en agence : technique du « priming »

SOIGNER LE DIALOGUE PENDANT LE PARCOURS D'ACHAT

- Créer une relation coopérative et bienveillante, rendre visible sa compétence et son pouvoir
- Les formules du parcours d'achat : invitations, questionnements, propositions, découverte, confirmation, intérêt, reconnaissance, choix, verrouillages, etc.
- Savoir formuler positivement, faire passer les suggestions avec une intention bienveillante
- Être proactif en facilitation d'achats : techniques de reformulation, d'exploration et de questionnement
- Renforcer sa capacité d'écoute active : techniques de prise d'information en accompagnement, d'interruptions et verrouillages

COMPORTEMENTS ET ATTITUDES NON VERBALES DU VENDEUR

- Postures physiques à adopter pour un impact positif sur la perception en accueil
- Favoriser le parcours d'achat en utilisant les trois composantes de la communication interpersonnelle : le canal verbal (les mots et phrases), la gestuelle (la posture physique, les expressions du visage, etc.) et le rythme sonore (ton de la voix, rythme, inflexions, etc.)
- Utiliser la force du canal visuel pour créer une bonne première impression : clés du langage non-verbal ;
- Comment créer de l'empathie par le mirroring verbal et non verbal
- Oral : articulation, expression et fluidité de l'expression orale, contrôle du ton, du débit, soigner la diction, créer des pauses, des silences pleins.

A l'issue, les participants reçoivent un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.

Actualisation : janvier 2025