

Programme • Faire Vivre une Expérience à chacun de ses Clients

JOUR 1

MATINEE

- Accueil – Présentation
- Identifier les nouveaux Besoins des clients
- Rôle et Sens du métier de vendeur(se) – coach
- Rappel des étapes de ventes classiques

Puis comment aller+ loin dans ces étapes pour aller chercher l'Expérience Client?

- Introduction sur l'importance de développer L'Expérience Client
- Les 2 premières Etapes de L'Expérience Client :
 - « Accueil chaleureux et personnalisé »
 - « Conseils du vendeur hyper-spécialiste, coach »

APRES MIDI

- Exercices expérientiels sur les 2 premières étapes de l'Expérience Client
 - Mise en situation relation vendeur <> client en salle
 - Mise en situation vendeur <> client en magasin « en live »
 - Auto-diagnostique : comment aller encore + loin?
 - Feed Back global
- Synthèse individuelles de ses forces et axes de progrès – Plan d'action individuel
- Conclusion de la 1^{ère} journée

JOUR 2

MATINEE

- Débriefing de la veille
- Réflexion et analyse collective sur les magasins « concept » différentiants car pratiquant l'Expérience client
- Les 3 étapes suivantes de l'Expérience Client :
 - « Théâtralisation et Séduction commerçante de la gamme »
 - « Services militants »
 - « Prise de congés fidélisante »

APRES MIDI

- Exercices expérientiels sur les 3 dernières étapes de l'Expérience Client
 - Mise en pratique sur un rayon ou un famille de produit dédiée : comment la théâtraliser, la rendre encore + pédagogique, pour + de séduction commerçante et compréhension de l'offre « militante »
 - Mise en pratique sur 1 ou 2 services : rendre les services encore + visibles, compréhensibles sur le sens « militant »
 - Mise en situation relation vendeur<> client sur la prise de congés
 - Feed Back global / méthodes et actions retenues
- Plan d'action global individuel et collectif sur les 5 étapes
- Conclusion des 2 jours