

Module

Lever les freins de la prise de contact

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- identifier rapidement l'attitude du client en magasin
- adapter la prise de contact en fonction de cette attitude
- se différencier par une accroche spontanée et pertinente
- prendre plus de plaisir dans la prise de contact

A qui s'adresse ce séminaire ?

Tous les membres des équipes de vente des plus débutants aux plus chevronnés.

Durée : 1 jour

Renseignements :

Aude Borne

Tel : 01 47 54 96 40

Email : contact@memento-conseil.com

Programme

Les différents comportements du client en magasin

- Comment il se comporte
- Comment je dois me comporter vis-à-vis de lui
- Mes objectifs à son égard
- Les risques d'une mauvaise prise de contact

Mon accroche client

- La rendre différenciante et percutante pour toucher le cœur du client
- L'adapter aux différentes situations
- Rebondir pour créer du lien et un climat propice pour la vente

Mise en pratique

Approche pédagogique

Phase amont

Diagnostic de votre contexte et personnalisation de nos modules

- **prise de connaissance** et appropriation de votre vocabulaire, de votre culture d'entreprise, de vos produits
- **analyse** des documents de travail, visite des points de vente, identification des points forts et des axes de progrès
- **implication** des participants, recueil des attentes de l'ensemble des acteurs concernés
- **mise au point de supports** et d'outils pédagogiques personnalisés

Formation

Travail des axes de progrès identifiés avec des modules interactifs, autour d'une triple dimension :

- **le savoir-faire** : pour garantir de meilleures pratiques et un passage à l'acte plus facile
- **le savoir être** : pour orienter encore davantage les comportements vers la satisfaction du client
- **le mental** : pour leur permettre de cultiver leur envie au quotidien

Définition de **plans d'actions individuels** transmis au manager

Phase aval

Suivi et mesure de l'impact des formations avec Mémonto Follow up, un outil pédagogique inédit

- **mesure qualitative** : applicabilité des méthodes sur le terrain, rapidité et efficacité de la mise en place, ...
- **mesure quantitative** : évolution des performances de vos équipes (prises de contact, taux de conclusion, ventes additionnelles, indicateurs internes)

Mise en perspective avec le suivi des plans d'actions individuels, des visites mystères, ...