

Module

Vendre à la clientèle japonaise

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

- identifier les attentes du client japonais
- repérer les différentes perspectives de la culture japonaise et leurs influences sur les styles de vente et d'achat
- adapter leur comportement et leurs méthodes commerciales à la clientèle japonaise

A qui s'adresse ce séminaire ?

Tous les membres des équipes de vente amenées à vendre aux japonais.

Durée : 2 jours

Renseignements :

Aude Borne

Tel : 01 47 54 96 40

Email : contact@memento-conseil.com

Programme

Approche de la culture japonaise et de son influence sur le comportement des clients japonais :

- Le Japon : ordre et rang
- Découverte de la culture et des stéréotypes culturels
- Approche de la langue et vocabulaire clé
- Le mode de communication verbal et non-verbal japonais
- Confrontation des deux cultures française et japonaise

Paramètres de la vente et de la communication

- Accueil en boutique (bonjour, sourire)
- Orientation sur le point de vente
- Intérêt et considération portés au client japonais
- Sélection et présentation du produit
- Conseil
- Prix : notion du prix (prix fixe, affiché, devises, HT, TTC...)
- Paiement : moyens de paiement
- Emballage
- SAV / Détaxe / Garantie
- Notion de service
- Raccompagner le client
- Réponse à une demande spécifique

Le bon vendeur pour un client japonais :

- Les attentes du client japonais
- Comment le satisfaire

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 donner envie et plaisir de passer à l'acte

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, ...