

Accueil et relation client en magasin

“Vous n’aurez jamais une deuxième chance de faire une bonne première impression.” – David Swanson.
Le premier contact avec un client est fondamental. Il va fonder en grande partie l’image que ce dernier va retenir de votre magasin. De nos jours, l’accueil de la clientèle en point de vente -et plus particulièrement dans un magasin d’optique - est sûrement le cœur de votre stratégie de différenciation et de développement.



Public

Manager, vendeur en magasin



Participants

Jusqu’à 8 personnes



Intra

Dans vos locaux, selon vos disponibilités



Prérequis

Cette formation ne nécessite pas de posséder de prérequis en amont, aucune connaissance particulière.



Durée

1 jour (7 heures)



Inter

Nous consulter



Objectifs

- ✓ Acquérir les techniques afin d’améliorer la qualité d’accueil, d’écoute, de conseil et de vente en magasin d’optique
- ✓ Améliorer la qualité de service afin d’augmenter le CA et la fidélisation client



Tarif

950 € HT

Programme

1 / L'ACCUEIL AU TELEPHONE : *Il reflète le niveau de qualité de service et le professionnalisme du magasin, donc de l'enseigne.*

- L'accueil téléphonique : donner dès les premières minutes, l’image d’une entreprise tournée vers ses clients. »
- Accueillir : les premiers mots à utiliser.
- Acquérir les bons réflexes : sourire, écouter, personnaliser ses expressions.
- Personnaliser l'accueil : les expressions et les mots positifs pour améliorer l’image de marque de l’entreprise.

2/ L'ACCUEIL EN MAGASIN : *Un accueil qualitatif qui se démarque de la concurrence : professionnel, haut de gamme, chaleureux, immédiat*

- Tenue, badge, propreté, image projetée
- Rapidité de la prise en charge, polyvalence
- Qualité de l'accueil (sourire, professionnalisme, café)

3/ LA PRISE DE CONTACT : *Elle permet la mise en confiance, elle est déterminante, établir un premier contact positif avec le client*

- Les premiers instants sont les plus importants du premier contact
- Le 1er regard, disponibilité, phrase d'accueil, savoir se présenter et présenter le magasin
- Savoir parler des particularités

4/ LA DECOUVERTE CLIENT : *Identifier les attentes et besoins des clients, Poser les questions essentielles.*

- Réalisez une écoute attentive, active et synchronisée
- Equipement (historique), l'ordonnance du client
- Découvrir et s'adapter au style du client, Donner au client l'envie de s'exprimer
- Etablir une relation affective entre vous et chaque client.

5/ REFORMULATION DE SES TOUS SES BESOINS

- Faire une synthèse orale des éléments et des informations qu’il vous a transmises
- Etre le plus clair et le plus concis pour résumer ses besoins
- Lui démontrer que vous avez compris ses besoins que vous

Méthodes pédagogiques

Formation participative, apports théoriques, échanges, Partage d’expériences, exercices d’application avec vidéos , mises en situation adaptés à l’activité des participants.

Matériel pédagogique

Vidéoprojecteur, livres, vidéos, photos.

Intervenant

Formateur expérimenté

Travaux pratiques

Outils de diagnostic émotionnel. Jeux de rôle basés sur des cas professionnels. Mises en situation et débriefing en groupe.

Evaluation et validation

L’évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices à réaliser.
Délivrance d’un certificat de réalisation

Modalités d'accès

Positionnement par une entreprise, par un gérant d’entreprise ou en direct si salarié(e) du particulier employeur.

Délais d'accès :

Au plus tard 7 jours avant la date de début de la formation.

Support pédagogique :

Remis aux stagiaires à l’issue de la formation