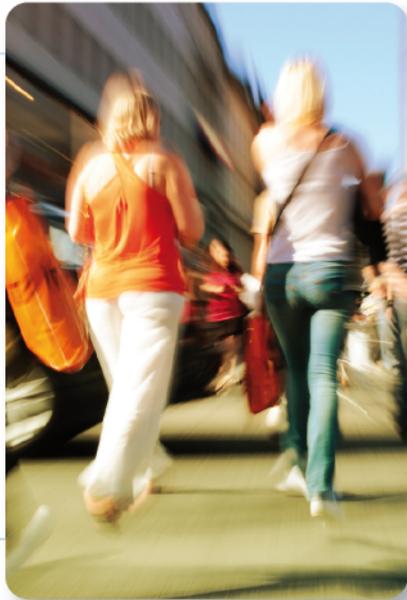




ALLIANCE DU COMMERCE

AMBITIONS POUR UN COMMERCE INNOVANT



DETAILS ET FORMAT D'UN MODULE DE LA FORMATION DES EQUIPES DE VENTE

ATELIER 4

]LOOKADOK[



Les compétences à développer

- Être conscient des évolutions du métier et de la distribution
- Etre en veille sur son métier
- Avoir une agilité relationnelle et sortir du normatif
- Avoir de l'audace et le sens de l'initiative
- Etre curieux pour ouvrir le champs des possibles du client
- Conseiller son client de façon personnalisée
- Connaitre les différentes tendances pour en parler avec le client
- Etre à l'aise avec les outils dans la relation client
- Avoir le sens de l'omnicanalité et de l'interaction des différents canaux
- Préparer son clienteling par un bon questionnement
- Gérer le multi-clients



Souhaits pour le format de la formation

- Modulaire avec des séquences courtes (en présentiel sur ½ journée)
- Mixte avec une partie e-learning
- Privilégier l'entraînement
- Intégrer les formateurs internes dédiés ou occasionnels
- Former ou s'intégrer dans un parcours certifiant MUM ou vendeur experts



Proposition d'un cursus pédagogique

- Un passeport 'transformation digitale du Retail' avec des visas territoriaux
 - Des modules distanciels pour se sensibiliser au nouveau contexte et mémoriser les reflexes pertinents
 - Des ateliers de mises en pratique (optionnelles ou obligatoires / ½ journée pour des petits groupes)
 - Un kit pour les managers ou les formateurs internes pour un accompagnement terrain (validation de la mise en pratique) (transmission physique à ces 'coachs terrain')
 - (accompagnement au changement, agilité, relationnel, ...)



Les visas pour les nouveaux territoires

1. Visa pour connaître l'évolution du Métier de Retail
2. Visa pour réussir l'e-reservation et le Click& Collect
3. Visa pour réussir la logistique du One Stock et de l'envoi des colis du magasin
4. Visa pour réussir le clienteling
5. Visa pour réussir le paiement mobile et le queue boosting
6. Visa pour réussir l'extension de gamme
7. Visa pour être Community Manager et gérer les réseaux sociaux
8. Visa pour réussir l'utilisation des données 'Analytics'
9. Visa pour acquérir l'esprit multicanal
10. Visa pour bien utiliser la politique RSE de son entreprise
11. Visa pour réussir son service interculturel



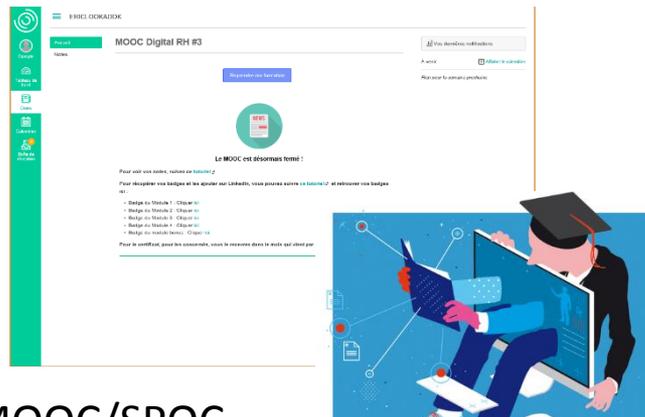
Les différents outils distanciels



Application



Serious game



MOOC/SPOC



E-learning





Détails du Module e-reservation

Option (révision des procédures de confirmation du rendez-vous – délais vérification du stock)

1. Connaître les attentes des clients e-réservation, les bénéfices qu'ils attendent
 - Video présentant les attentes
 - Quizz pour valider l'acquisition des points importants
2. Analyser les informations de son client (fichier client, historique d'achat on line et off line, analyse des produits consultés on –line, recherche complémentaire)
 - Etude de cas à partir d'une fiche client :
 - à partir des informations connues trouver comment cela peut influencer son offre produits
 - À partir d'un historique d'achat ou de wish-list, déduire un style potentiel
 - Suggestion sur les recherche complémentaire



Détails du Module e-reservation

3. Préparer les ventes complémentaires (silhouettes, historique d'achat)
 - À partir d'un produit donné compléter la tenue grâce à la croix]LOOKADOK[
 - Rappel qu'il faut tenir compte du style induit par l'historique d'achat
4. Préparer les ventes additionnelles (informations complémentaires)
 - À partir d'informations données, trouver les connecteurs pour des ventes additionnelles
5. Préparer sa 'cabine' (produit une taille supérieure ou inférieure, produit alternatif – même style/même couleur, produits consultés on-line, produits complémentaires)
 - Mémoriser les produits à prévoir, à mettre de côté ou à vérifier la disponibilité
 - Repérer les éléments qui peuvent servir de base pour un produit alternatif (couleur/motif/matière/ coupe/ détails)



Détails du Module e-reservation

6. Préparer les questions appropriées
 - Développer un registre de question en lien avec la recherche sur Internet pour découvrir le client et ses attentes
 - À partir des éléments connus, déduire les questions d'exploration
7. Développer un accueil personnalisé propre à la e-réservation pour bien commencer sa vente
 - A partir des éléments connus prévoir son accueil : satisfaction des derniers achats, intensité de la recherche sur le site Internet,
 - Mémoriser les attentions possibles à prévoir (verre d'eau, café, ...)
8. Test récapitulatif pour mémoriser les étapes ci-dessus



Détails du Module Click and Collect

Option (révision des procédures de confirmation du click and collect – rangement, zoning d'accueil)

1. Connaître les attentes des clients Click & Collect, les bénéfices qu'ils attendent
 - Présentation des attentes et bénéfices
 - Quiz ou interactivité
2. Trouver la bonne phrase d'accueil
 - En fonction de diverses situations 'click & collect, trouver la bonne phrase d'accueil
3. Construire un lien par un small talk autour de l'achat en ligne
 - Connaître la satisfaction de l'expérience client sur l'achat en ligne
 - Construire un lien avec la boutique physique



Détails du Module Click and Collect

4. Apporter le carton en validant son contenu / féliciter pour l'achat
 - Penser à féliciter le client pour son achat
 - Connaitre les bonnes phrases pour valider le contenu avec le client s'il est indiqué ou transmis
5. Proposer la vérification du contenu et son essayage
 - Valider des bonnes formulations pour proposer la vérification du contenu
 - Valider des bonnes formulations pour suggérer l'essayage
6. Si le produit correspond, savoir enchaîner sur des ventes complémentaires
 - Valider les formules pour suggérer des ventes complémentaires



Détails du Module Click and Collect

7. Si le produit déçoit, rebondir sur une vente alternative (en magasin/on-line)
 - Trouver la bonne formulation pour comprendre la déception
 - Savoir questionner pour savoir ce qui plaisait dans le produit acheté
 - Questionner pour connaître les éléments qui peuvent servir de base pour un produit alternatif (couleur/motif/matière/ coupe/ détails)
 - Positiver la proposition alternative
8. Répondre à des mécontentements dus à la logistique ou à la qualité
 - Accepter les mécontentements
 - Comprendre les raisons du mécontentement et les reformuler
 - Connaître les phrases d'empathie et d'excuse
9. Dans tous les cas, donner envie de visiter le magasin et de revenir
 - Saisir les opportunités pour inviter à voir les collections en magasin
 - Trouver les phrases les plus incitatives
 - Prendre congé en fidélisant avec les bonnes formules liées au Click & Collect
10. Test récapitulatif pour mémoriser les étapes ci-dessus

) LOOKADOK (

Un réseau de formateurs-experts dans 27 pays
Formation connectée pour magasins connectés
12, rue de Milan 75009 Paris France
Tel : + 33 1 44 61 71 20