



# LA VENTE EN BOUTIQUE DE LUXE

## PUBLIC

Responsables des ventes ou responsables d'équipes, vendeur spécialisé, vendeurs en boutique.

## OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Méthodes pédagogiques pour le stage Relation client en magasin ou boutique : savoir conseiller avec méthode.

- Exercices pratiques et jeux de rôles et mises en situation,
- Outils : PNL, Analyse Transactionnelle, CNV...

## PRÉ REQUIS

Il est recommandé de maîtriser les fondamentaux de l'accueil dans le luxe pour suivre la formation vente en magasin de luxe.

## DURÉE ET LIEU

2 jours.

## OBJECTIFS

- Apprendre les outils de communication, apprendre à comprendre l'impact de son image pour s'adapter à une clientèle exigeante,
- Savoir identifier les besoins des clientes pour leur présenter « Les Produits » qui correspondent à leurs attentes,
- Développer un argumentaire convaincant en mettant en avant son rôle de conseiller.

## PROGRAMME

### Caractéristiques de la clientèle Haut de gamme et ses attentes en termes de vente :

- Les caractéristiques de la clientèle C+++
- Les attentes de ce type de client,
- La clientèle étrangère,
- Les caractéristiques de l'accueil haut de gamme : L'attitude et les gestes du vendeur haut de gamme,
- La considération et l'impression d'être unique,
- La clientèle étrangère : comment la satisfaire ?



### **Travailler son expression orale :**

- Maîtriser les techniques de l'accueil professionnel dans un univers premium,
- Expression gestuelle, dynamique du corps dans l'espace, placement de la voix, coordination corps-voix,
- Créer un premier contact positif avec son interlocuteur pour mettre en confiance le client,
- Adopter les attitudes et les gestes « gagnants » dans un contexte interculturel,
- Pratiquer les techniques du questionnement,
- Développer l'écoute active,
- Communiquer des informations « sur-mesure » avec un langage approprié / adapté,
- Orienter, accompagner ou faire patienter le client.

### **Créer une relation privilégiée pour mieux connaître le client :**

- Introduire dans la présentation de son produit des caractéristiques qui vont le faire rêver,
- Oser les ventes complémentaires dans le cadre de la satisfaction client,
- Créer un climat de confiance et développer son empathie,
- Définir les distances à conserver avec le client,
- Écouter son client pour mieux le connaître et découvrir son univers.

### **Les étapes du plan de vente :**

- Construire un entretien de vente :
  - Établir sa liste d'arguments en tenant compte de leur impact,
  - Sélectionner et classer ses arguments méthodiquement,
  - Concevoir une argumentation claire et concise.
- La découverte des besoins et le questionnement :
  - Adapter sa stratégie selon les motivations d'achat du client,
  - Les questions de contrôle et la force du compliment,
  - Être force de proposition sur le bon produit.
- Le processus de vente, la négociation :
  - Repérer les signaux et les freins à l'achat,
  - Gérer les réclamations avec tact et délicatesse,
  - Les différents types d'objections,
  - Les techniques de réfutation des objections.
- La conclusion et l'acte d'achat :
  - Saisir le moment propice pour engager le client vers l'achat,
  - Convaincre avec confiance et assurance,
  - Mettre en œuvre une stratégie de fidélisation.
  -
- La prise de congé :
  - L'accompagnement jusqu'à son départ, même après le passage en caisse.



### **Comportements et relations face à une clientèle étrangère :**

- Nuances incontournables dans le verbal et le non-verbal,
  - La communication : Mots, comportements, rituels et symboles,
  - La proxémique : distance vs. Proximité,
  - Améliorer la conversation en évitant les malentendus,
  - Les messages implicites et explicites.
  
- Cultures comparées & Traits de caractères.