

Les techniques de vente en magasins et boutiques de détail : un savoir être et un savoir-faire à maîtriser (2^e partie)

Deux façons de conclure

Façon 1

Soit le client vous envoie un signal d'achat verbal ou non verbal, voir para-verbal :
Le client valide par un mot (« *très bien, c'est parfait, on le prend,...* »). Dès lors, concluez tout de suite, il faut absolument conclure dès le premier signal émis.

- **La vente additionnelle** doit absolument être abordée pendant l'argumentation de la vente principale. Vous devez déjà avoir, lors de la découverte des besoins, recueilli les informations vous permettant de théâtraliser la V+1. Autre solution possible : évoquez les produits d'entretien pendant le chaussage, au moment où vous avez fini de lacer votre client. La vente de produits d'entretien en caisse ne doit venir que du client et ne jamais être à votre initiative.
- **La fidélisation** se fait pour moi de deux façons, par l'empathie, la relation privilégiée établie avec le client, notre professionnalisme. Mais aussi par l'outil de fidélisation : la carte de fidélité. La première se fait au moment où le client entre dans la boutique jusqu'au moment où il la quitte. L'autre se réalise en caisse. Abordez l'existence de la carte par cette tournure : « *Connaissez-vous notre carte de fidélité ?* » ; présentez ses avantages, sa gratuité, sa dématérialisation,.... La carte est un outil vous permettant de réaliser le chiffre de demain, de construire un fichier clients et d'analyser votre zone de chalandise (intéressant, par exemple, pour connaître l'âge des clients et orienter les choix de collections).

Façon 2

Soit vous provoquez cette conclusion, en utilisant diverses formulations :
« Souhaitez-vous que je les mette en forme ? »
« Désirez-vous les garder aux pieds ? »
« Vous avez fait un excellent choix ! »
« Nous ne serons pas réassortis sur ce modèle »
« Elles s'assortissent parfaitement avec votre tenue ! »

Ce ne sont bien sûr là que quelques exemples.

- **La phase d'encaissement** : à la fois simple et risquée. En effet, votre client, à ce stade, n'est plus dans une démarche d'acheter : il est stressé, consciemment ou inconsciemment car il doit payer et donc affaiblir son pouvoir d'achat. C'est là où il faut mettre encore plus de qualité : prendre en compte la situation psychologique de la personne, protéger l'intimité de son espace. Maintenez le dialogue pendant cette période de façon à faciliter le passage à l'acte par une procédure simple, qualitative et huilée.
- **La prise de congé** est tout aussi importante que la phase d'accueil. Un client se souvient de comment il a été accueilli, de comment nous l'avons conseillé puis de l'empathie mise pour le raccompagner.

Profitez de ce moment pour le rassurer sur son achat, l'en féliciter,.... Idéalement, raccompagnez-le jusqu'au seuil du

magasin où vous lui remettrez ses paquets en le remerciant de sa confiance. Soyez en sûrs, la vente parfaite n'existe pas, le vendeur parfait non plus. Par contre le respect de règles simples et adaptées à chaque client ainsi qu'une remise en

question régulière sur nos pratiques nous permettront d'augmenter nos chances de concrétisation, donc notre chiffre d'affaires, notre panier moyen, notre taux de transformation et bien sûr de fidélisation.

Un pied ne se prend pas à la légère !

Gilles ASCOËT – FCPR - Formation pour *Chausser Magazine*

**Formations,
à vos agendas !**

Cycle de formation professionnelle FDCF/AGEFOS-PME 2012-2013

TECHNIQUES DE VENTE SPÉCIAL DÉTAILLANTS EN CHAUSSURE

Bordeaux : Lundi 21 mai 2012	Lorient : Lundi 12 novembre 2012
Le Mans : Lundi 4 juin 2012	Metz : Lundi 19 novembre 2012
Marseille : Lundi 11 juin 2012	Paris : Lundi 26 novembre 2012
Nice : Lundi 18 juin 2012	Nantes : Lundi 3 décembre 2012
Strasbourg : Lundi 8 octobre 2012	Lille : Lundi 4 février 2013
Montpellier : Lundi 22 octobre 2012	Caen : Lundi 11 février 2013
Lyon : Lundi 29 octobre 2012	Rennes : Lundi 18 février 2013
Toulouse : Lundi 5 novembre 2012	

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE EN MAGASIN

Formation sur mesure et à la demande
Lieux et dates en fonction de vos besoins et des contraintes des inscrits

ADAPTER SA COMMUNICATION HUMAINE FACE AUX CLIENTS

Lieux et dates en fonction de vos besoins et des contraintes des inscrits

FORMATION MERCHANDISING

Lieux et dates en fonction de vos besoins et des contraintes des inscrits

MANAGEMENT DES ÉQUIPES

Lieux et dates en fonction de vos besoins et des contraintes des inscrits

COMMENT BIEN ACHETER

Lieux et dates en fonction de vos besoins et des contraintes des inscrits

FORMATION VITRINE

Lieux et dates en fonction de vos besoins et des contraintes des inscrits

EXPERTISES

Diagnostic Merchandising
Conception de Chartes Merchandising
Identité Visuelle
Audit de Surface de Vente Boutiques et Magasins
Client Mystère
Lieux et dates en fonction de vos besoins et de vos contraintes.

Planning de formation 2012-2013

Gilles Ascoët (FCPR – FORMATION) a été mandaté par la Fédération des Détaillants en Chaussures de France afin de dispenser auprès de la filière des formations commerciales portant prioritairement sur la communication face aux clients ainsi que sur les techniques de vente. La formation est un élément incontournable dans un marché où le consommateur s'adapte aux circuits de distribution que l'on met à sa portée. De plus, elle permet de prendre du recul sur sa pratique au quotidien et de revisiter les comportements, les techniques pouvant être optimisées. Souvent nous répétons les mêmes gestes, les mêmes approches, les mêmes techniques et pourtant chaque client est différent.

Mail : gilles.ascoet@hotmail.fr www.gillesascoet.e-monsite.com

Gilles ASCOËT – FCPR - Contacts : 06 07 35 66 02 - gilles.ascoet@hotmail.fr