



# Agir pour le plaisir client



## Objectifs

Apporter aux participants les techniques de communication propres à dominer les relations commerciales pour le plaisir du client. Comprendre les principales motivations d'achats, d'actions des clients internes et externes, Identifier les motivations des clients, maîtriser les bases d'une communication constructive, gérer l'information clients.



## Programme

### INTRODUCTION

#### LE PROJET D'ENTREPRISE : PLAISIR CLIENT

- Les avantages et les inconvénients d'une grande surface
  - La perception du client externe et du client interne
- Les images

#### LE CLIENT

- La découverte du client
  - Le client perçu au quotidien
  - La définition du mot client
- Les critères d'achat et de vente
  - Les mécanismes d'achat et de vente

#### LES MOTIVATIONS

- Les caractéristiques des motivations
- Les types de motivations
- Les principales motivations
- L'identification des motivations des clients

#### LA RELATION CLIENT

- La "vraie relation" client
- Dire bonjour, le premier geste professionnel

### LA COMMUNICATION

- La définition de la communication et ses expressions
- Les techniques de communication
- La mise en place d'une communication constructive

### LE TRAITEMENT DE L'INFORMATION

- Les traitements des observations
  - Les observations des clients externes
  - Les observations des clients internes
- Le classeur d'observations

### LES ACTEURS : SE MOBILISER POUR LE CLIENT

- Le comportement professionnel
- Les enjeux du comportement professionnel

### FAIRE VIVRE LE PROJET

- Le faire : mettre en place des méthodes
- Le faire-faire : suivi et contrôle
- Le faire-savoir : le communiquer au client

### CONCLUSION



#### Participants

Ensemble du personnel du point de vente



#### Méthodes pédagogiques

Exercices pratiques, exposés, échanges entre les participants, sketches ...



#### Durée

**2 jours**