

Formation : Connaissance approfondie des clients dans notre domaine, la cigarette électronique.

Objectif de la formation :

L'objectif de cette formation est de développer une connaissance approfondie de notre clientèle.

En comprenant mieux leurs besoins, leurs préférences et leurs motivations, nous serons en mesure d'offrir un service plus personnalisé et de répondre de manière plus efficace à leurs attentes.

Contenu de la formation :

Introduction :

Présentation des différents profils de clients que nous pouvons rencontrer dans notre boutique de cigarettes électroniques.

Compréhension des motivations et des objectifs des clients vis-à-vis de la cigarette électronique.

Découverte des besoins des clients ou comment « mettre un profil en face d'un client » :

Identification des principaux facteurs qui influencent leur choix de la cigarette électronique : santé, budget, goût, praticité, etc.

Analyse des profils de fumeurs :

Étude des différents profils de fumeurs et de leurs habitudes de consommation de tabac.

Compréhension des difficultés rencontrées par chaque profil lors du sevrage tabagique.

Personnalisation des recommandations :

Approche individualisée : adaptation des recommandations en fonction des besoins et des préférences de chaque client, conseils pour aider les clients à choisir le matériel et les e-liquides les plus adaptés à leurs profils de fumeurs.

Suivi et fidélisation des clients :

Importance du suivi régulier des clients après l'achat pour s'assurer de leur satisfaction et de leur progression dans le sevrage tabagique.

Introduction à la clientèle de la cigarette électronique

: Découvrez les profils de vos clients et comprenez leurs motivations !

Dans cette partie de la formation, nous explorerons les différents profils de clients que nous pouvons rencontrer chez STOOM.

Chaque client est unique, avec des besoins et des attentes spécifiques, en comprenant ces différents profils, nous serons en mesure de personnaliser notre approche et de mieux répondre à leurs besoins.

Nous allons plonger dans le monde fascinant de nos clients et découvrir les motivations qui les poussent à opter pour la cigarette électronique, certaines personnes peuvent chercher à améliorer leur santé, tandis que d'autres peuvent être à la recherche d'une alternative plus économique ou d'une expérience gustative plus riche.

Comprendre ces motivations nous permettra de mieux cibler nos recommandations et de fournir un service plus personnalisé.

Au cours de cette partie de la formation, nous examinerons en détail les différents profils de clients que nous pouvons rencontrer, tels que les débutants curieux, les ex-fumeurs désireux de sevrage tabagique, les vapoteurs expérimentés à la recherche de nouvelles saveurs, et bien d'autres encore. Nous explorerons également les attentes et les objectifs spécifiques de chaque profil de client.

Voici quelques profils que vous pourrez rencontrer chez STOOM :

Les débutants curieux :

Ce sont des clients qui s'intéressent à la cigarette électronique mais qui n'ont pas encore d'expérience significative, leur motivation principale est la curiosité de découvrir une alternative au tabac traditionnel.

Ils recherchent **des conseils pour comprendre le fonctionnement de la cigarette électronique, les différentes options disponibles et comment commencer leur parcours de vapotage.**

Les ex-fumeurs en quête de sevrage tabagique :

Ces clients ont déjà pris la décision de cesser de fumer et cherchent une solution efficace pour les aider dans leur sevrage tabagique, **leur motivation principale est de réduire ou d'éliminer leur dépendance à la nicotine*** tout en conservant une expérience similaire à celle de fumer une cigarette traditionnelle. (Ce profil nécessite une explication sur la nicotine et son action, en règle

générale pour ce type de client NICOTINE = Toxique, à vous de démontrer le contraire et d'expliquer que la nicotine peut être une alliée de poids dans le processus de sevrage).

Ils sont à la recherche de conseils pour choisir le matériel et les e-liquides adaptés à leurs besoins spécifiques.

Les soucieux de leur santé :

Ces clients sont motivés par leur désir d'améliorer leur santé et de réduire les risques associés à la consommation de tabac traditionnel, ils peuvent être préoccupés par les effets néfastes du tabac sur leur corps et cherchent une alternative plus saine.

Leur motivation principale est de trouver une solution qui leur permette de réduire leur consommation de tabac et les substances nocives qui y sont associées.

Les économiquement motivés :

Ces clients sont motivés par des raisons économiques, ils cherchent à réduire les dépenses liées au tabac traditionnel, qui peuvent être très élevées à long terme.

Ils sont à la recherche d'une alternative plus abordable et économiquement plus avantageuse.

Les vapoteurs expérimentés en quête de nouvelles saveurs :

Ces clients ont déjà une certaine expérience avec la cigarette électronique et recherchent des expériences gustatives variées.

Leur motivation principale est de découvrir de nouvelles saveurs et de satisfaire leur appétit pour des expériences sensorielles plus poussées, ils sont, en général intéressés par les dernières tendances en matière d'e-liquides et de matériels.

La découverte des besoins : « Un voyage » pour détecter le profil unique de chaque client.

La phase de découverte des besoins est essentielle pour **comprendre le profil spécifique de chaque client et répondre de manière ciblée à ses attentes**, voici quelques étapes pour effectuer une découverte approfondie des besoins du client :

Établir un climat de confiance :

Dès les premiers instants de l'interaction avec le client, créez un climat de confiance en adoptant une attitude amicale, respectueuse et attentive, faites preuve d'écoute active en prêtant une attention sincère à ses paroles, à ses expressions faciales et à ses gestes.

Poser des questions ouvertes :

Utilisez des questions ouvertes pour encourager le client à s'exprimer librement et à partager ses motivations, ses préoccupations et ses besoins, par exemple, demandez-lui ce qui l'amène dans notre boutique, ce qu'il recherche dans une cigarette électronique ou ce qui l'intéresse le plus dans l'expérience de la vape.

Écouter activement :

Pendant que le client s'exprime, écoutez attentivement et montrez de l'intérêt pour ce qu'il dit, **ne coupez pas la parole et évitez les interruptions.**

Cela permettra de recueillir des informations précieuses sur ses besoins, ses préférences et ses objectifs.

Observer les signaux non verbaux :

En plus des mots, prêtez attention aux signaux non verbaux du client, tels que son langage corporel, son ton de voix et son expression faciale, ils peuvent parfois révéler des indices sur ses émotions, ses doutes ou ses préférences.

Reformuler et clarifier :

Pour vous assurer d'avoir bien compris les besoins du client, reformulez et clarifiez ses propos. Répétez certaines de ses phrases pour lui montrer que vous avez saisi ses préoccupations et qu'il peut se sentir compris.

Approfondir les attentes spécifiques :

Une fois que vous avez une idée générale des besoins du client, creusez davantage pour obtenir des détails. Par exemple, demandez-lui quel métier il exerce, s'il souhaite plutôt un modèle compact ou autonome etc, vous pourrez cibler plus facilement le produit qui déclenchera l'acte d'achat.

Prendre en compte les motivations et les objectifs :

Au-delà des caractéristiques techniques, essayez de comprendre les motivations profondes du client. Par exemple, s'il recherche une alternative au tabac traditionnel pour améliorer sa santé, soulignez les avantages de la réduction de la consommation de nicotine et des substances nocives...

Personnalisation : La parfaite alchimie : « Accorder le matériel à chaque profil de client »

Le fumeur régulier :

Ce profil de fumeur est celui qui consomme quotidiennement et de manière régulière des cigarettes traditionnelles, il peut être motivé par des raisons de dépendance à la nicotine, mais peut aussi chercher à améliorer sa santé.

L'approche recommandée consiste à proposer des options de cigarettes électroniques très proche de la cigarette industrielle que ce soit par la taille ou par son mode de fonctionnement (Pod à tirage automatique de préférence sans réglage en règle générale ce profil nécessite l'utilisation du sel de nicotine, il est également conseillé de faire partir le client sur une saveur plutôt orientée tabac.

Rassurez le client et expliquez : « Vous allez conserver toutes vos habitudes de fumeurs vous allez simplement changer l'outil que vous avez en main ».

Le fumeur social :

Ce profil de fumeur est celui qui fume principalement lors d'occasions sociales ou de moments de convivialité, il peut être moins dépendant à la nicotine et chercher une alternative plus pratique et discrète.

Dans ce cas, il peut être pertinent de lui proposer des cigarettes électroniques légères et faciles à utiliser, en mettant l'accent sur la commodité et les options de saveurs variées, certaines personnes pourront également être attirés par du matériel plus puissant (plaisir) car attirés par le volume vapeur ou des saveurs plus complexe.

Le fumeur soucieux de sa santé :

Ce profil de fumeur est conscient des risques pour sa santé associés à la consommation de tabac et cherche activement à améliorer sa santé, il est motivé par des préoccupations de santé et peut être ouvert à plusieurs options de sevrage.

Pour ce profil il sera important de mettre en avant les bénéfices santé liés à la cigarette électronique (95% moins nocive), dans la majorité des cas, il faudra faire comprendre au client que la nicotine n'est pas un toxique, vous devrez vous montrer sûr de vous et rassurant.

Il est important d'adopter une approche personnalisée pour chaque profil de fumeur, ce qui implique de poser des questions pertinentes, d'écouter attentivement et de comprendre leurs habitudes de consommation, leurs motivations et leurs objectifs.

En analysant les profils de fumeurs, nous pourrons mieux les conseiller et les guider vers les produits et les services les mieux adaptés à leurs besoins.

"Ensemble vers la réussite : Le suivi et la fidélisation clients, clés de leur satisfaction et de leur réussite dans le sevrage tabagique !"

Le suivi régulier des clients après leur achat est une étape importante et même cruciale pour assurer leur satisfaction et favoriser leur progression dans leur sevrage, en mettant en place un suivi attentif et en développant des stratégies de fidélisation efficaces, nous pouvons bâtir une relation solide avec nos clients et les accompagner tout au long de leur parcours.

Importance du suivi régulier :

Après avoir vendu un produit à un client, notre mission ne s'arrête pas là !

Le suivi régulier nous permet de nous assurer de sa satisfaction, de répondre à d'éventuelles questions ou préoccupations du client et de vérifier sa progression dans le sevrage tabagique.

Un ajustement dans le matériel, le taux de nicotine peut également être nécessaire, cela pourra être détecté lors de cette phase de suivi (un client qui a un problème avec son matériel ou avec la nicotine ne vous le dira que très rarement de lui-même, il mettra de côté sa cigarette électronique et considérera cette option de sevrage comme inefficace, il rependra son expérience autour de lui, un suivi de qualité augmentera la confiance que le client place en vous et évitera ce genre de déconvenues).

Ainsi nous démontrons notre engagement à l'accompagner à chaque étape de sa transition vers la cigarette électronique.

Le client se sent donc épaulé et considéré, une chance supplémentaire pour un sevrage en douceur et réussi.

Lorsqu'un client est pleinement satisfait de notre boutique et de nos services, il devient un fervent promoteur de notre entreprise, **la recommandation de nos clients s'avère être l'un des moyens les plus puissants de faire connaître notre activité et d'attirer de nouveaux clients.**

Crédibilité accrue :

Lorsqu'un client satisfait recommande notre entreprise à son entourage, cela renforce la crédibilité de notre marque, les recommandations personnelles sont souvent perçues comme étant plus fiables que la publicité.

Les amis, la famille et les collègues de nos clients ont tendance à accorder plus de confiance à une recommandation directe, ce qui peut les inciter à venir nous rendre visite beaucoup plus instinctivement et facilement.

Élargissement du réseau de clients potentiels :

Chaque recommandation peut potentiellement nous ouvrir les portes de nouveaux clients, quand nos clients satisfaits partagent leur expérience positive avec d'autres personnes, cela nous donne

l'opportunité de toucher de nouvelles personnes et de les inciter à franchir le pas en visitant notre boutique, les recommandations peuvent ainsi générer un flux constant de nouveaux clients.

Effet boule de neige :

Les recommandations ne se limitent pas à un seul client !

Lorsqu'un client satisfait recommande Stoom à son entourage, cela peut déclencher une série de recommandations en cascade, les personnes qui ont été recommandées à leur tour peuvent à leur tour recommander notre entreprise, créant ainsi un effet boule de neige qui amplifie notre visibilité et notre réputation.

Relation de confiance :

Les clients recommandent notre entreprise non seulement en raison de la qualité de nos produits et de nos services, mais également en raison de la relation de confiance que nous avons établie avec eux.

Lorsque nous nous efforçons de satisfaire et de dépasser les attentes de nos clients, nous construisons une relation solide basée sur la confiance et la satisfaction ce qui incite nos clients à parler positivement de notre entreprise et à la recommander sans hésitation.