

PLAN DE FORMATION 2023 SOCIETE STOOM

Analyse des besoins :

Nous examinerons les compétences et les connaissances nécessaires pour être de « bons conseillers » dans notre entreprise :

- Quels sont les produits que nous vendons ?
- Quelles seront les compétences de vente et de conseil essentielles (tâches permanentes et ponctuelles pouvant être confiées, type de communication, recherche de besoins, gestion du temps etc...).

Objectifs de la formation :

Nous définirons des objectifs clairs et spécifiques pour la formation.

Comprendre le rôle d'un conseiller chez STOOM **et son importance.**

Comment accueillir, de manière adaptée, un client chez STOOM (bonne humeur, rassurance, ton de voix etc..).

Perfectionnement ou apprentissage du matériel et de son fonctionnement (en fonction du profil du candidat, même un candidat possédant une connaissance avancée du matériel devra passer cette formation car nos techniques de vente et d'approche du sevrage ne sont pas les mêmes que les concurrents).

Pourquoi et comment utiliser la « fiche de suivi » que nous allons mettre en place, quels sont les enjeux de ce principe de fonctionnement.

Comment fidéliser un client et faire en sorte qu'il émette **un bouche à oreille positif (entourage, avis google etc...).**

Contenu de la formation :

Sur la base des besoins identifiés et des objectifs de formation, nous élaborerons le contenu de la formation.

Cela pourra inclure des modules sur les techniques de vente, la connaissance des produits, la gestion des objections, la gestion des relations clients, etc...

Nous organiserons le contenu de manière logique et progressive, en commençant par les bases et en avançant vers des sujets plus avancés.

Méthodes d'apprentissage :

Nous choisirons les méthodes d'apprentissage les plus appropriées pour la formation.

Cela pourra inclure des présentations, des études de cas, des jeux de rôle, des séances de coaching, des simulations, etc...

Nous veillerons à intégrer des activités pratiques évaluées pour permettre aux participants de mettre en pratique ce qu'ils auront appris et savoir où ils se situent dans leurs acquis et quels sont les points à retravailler.

Évaluation :

Un entretien individuel d'évaluation des aptitudes individuelles et collectives sera **réalisé de manière mensuelle** pour que le candidat puisse avoir une vision nette de ses progrès, cet outil sera présenté comme **un support de progression bienveillant qu'il pourra consulter à tout moment, des formations complémentaires pourront être créées à la demande en fonction des besoins du candidat (tout au long de l'année).**

Durée et planning :

Nous définirons la durée de la formation et établirons un planning pour chaque module ou session de formation, nous préverrons également du temps pour des pauses et des sessions de révision si nécessaire.

Ressources nécessaires :

Nous identifierons les ressources nécessaires à la mise en œuvre de la formation, avec qui se déroulera quels modules de formation, du matériel pédagogique, équipement (Paper-board...).

IDENTIFICATION DES MODULES A METTRE EN PLACE :

(Les modules doivent être organisés dans un ordre logique et tenir compte des besoins en formation du candidat, à définir avec Isabelle).

MODULE 1 : « Devenir Conseiller chez Stoom : Transformer des vies en libérant nos clients de leurs addictions »

MODULE 2 : « L'art de l'accueil solaire : être professionnel et agréable envers les clients »

MODULE 3 : « Comprendre l'addiction et faire le bon choix : De votre choix découle la victoire ! »

MODULE 4 : « Maîtriser la technicité du matériel : L'essence d'un métier axé sur la satisfaction client »

MODULE 5 : « Fiche de suivi personnalisée : Un outil essentiel pour comprendre, accompagner, fidéliser et réussir avec vos clients »

MODULE 6 : « La fidélisation client : Cultiver des relations durables pour stimuler le bouche-à-oreille positif »

SURVOL GLOBAL DE LA FORMATION :

(Durée estimée : 2 jours)

Objectifs des modules proposés :

Comprendre le rôle essentiel du conseiller chez Stoom dans l'accompagnement des clients vers la libération de leurs addictions.

Acquérir les compétences et connaissances nécessaires pour fournir un **soutien efficace et adapté à chaque client**.

Explorer les différentes approches et techniques qui doivent être utilisées par les conseillers chez Stoom.

Développer des compétences en communication et en gestion de cas pour favoriser des résultats positifs.

(Jour 1)

Introduction à Stoom et au rôle du conseiller :

Présentation de Stoom : mission, valeurs et approche.

Le rôle du conseiller chez Stoom : au-delà de la simple vente, un accompagnateur vers la libération des addictions.

Comprendre les addictions :

-Types d'addictions courantes : substances, comportementales, etc.

-Les impacts des addictions sur la vie des individus et leur entourage.

-Approche de Stoom pour aborder les addictions : sans jugement, empathie et soutien.

L'importance de l'écoute active et de la relation de confiance :

Techniques **d'écoute active** pour comprendre les besoins et les défis des clients.

Établir une relation de confiance avec les clients pour favoriser la collaboration et la motivation.

Techniques de conseil spécifiques pour aider les clients à surmonter leurs addictions.

(Jour 2)

La fiche de suivi personnalisée :

Explication de l'importance de la fiche de suivi personnalisée dans le suivi des clients.

Méthodes de collecte d'informations pertinentes pour remplir la fiche.

Utilisation de la fiche de suivi pour **adapter l'accompagnement en fonction des besoins individuels**.

Communication efficace et gestion de cas :

Techniques de communication pour transmettre des informations **claires et compréhensibles aux clients**.

Gestion des cas complexes : Identification des problèmes, établissement d'objectifs et suivi adapté.

Fidélisation et bouche-à-oreille positif :

L'importance de la fidélisation des clients pour **assurer le succès à long terme**.

Stratégies et pratiques pour **créer une expérience client exceptionnelle**.

Encourager le bouche-à-oreille positif : comment stimuler les recommandations et les témoignages de réussite.

Études de cas et mises en situation :

Exemples concrets de situations rencontrées par les conseillers chez Stoom (réutilisation des cas rencontrés par les précédentes équipes).

Analyse de cas et résolution de problèmes pour **renforcer les compétences pratiques**.

Conclusion et évaluation du module :

Récap des points clés abordés dans le module.

Évaluation des compétences acquises par le participant.

PRESENTATION DE L'ENTREPRISE STOOM (parole au formateur) :

Notre entreprise est une entreprise **spécialisée dans le domaine de la cigarette électronique**, nous sommes implantés sur le bassin Clermontois **depuis 2013**, nous bénéficions donc **d'une expérience et d'un recul sur le sevrage tabagique via l'outil cigarette électronique de 10 ans**.

Avant d'être distributeur de cigarettes électroniques **nous sommes avant tout spécialiste dans l'arrêt du tabac**, dans les années à venir nous souhaitons **devenir « the place to be » pour arrêter de fumer**.

Au-delà du matériel, nous sommes également distributeur de E-liquides, comme vous avez pu le constater en magasin, **nous travaillons en prédominance avec une marque en particulier, il s'agit de la marque FLAVOUR POWER**.

(Parole au candidat) Connaissez-vous cette marque ? Pouvez vous m'en dire plus sur elle ?

Nous avons choisi FLAVOUR POWER car il s'agit d'un **fabricant Français et Auvergnat**, mais pas seulement, **cette marque met un point d'honneur à proposer des liquides de qualité supérieure tant au niveau du choix des ingrédients mais également dans la justesse des arômes proposés**.

Les liquides FLAVOUR POWER bénéficient également de la **Certification ISO FSSC 22000** qui garantit une production **conforme aux standards les plus élevés en matière de sécurité alimentaire**, nos clients peuvent ainsi vapoter en toute confiance, sachant que les e-liquides FP respectent les normes rigoureuses de qualité et d'hygiène.

Notre entreprise est portée par des **valeurs fortes**, nous croyons en **l'efficacité de notre méthode** qui, nous en sommes convaincus **augmente grandement la qualité de vie et de santé de nos clients**.

Nous nous battons également pour la **démocratisation de la cigarette électronique**, nous avons spécialement élaboré des « PACKS DEBUTANTS » pensés pour que le fumeur **puisse entrer de manière optimale et facile dans un monde sans tabac** et tout cela à **prix très accessible** *(nous y reviendrons plus tard dans votre formation !)*

Dans notre entreprise vous aurez un rôle important et déterminant, nous allons maintenant voire ensemble ce qu'est un conseiller STOOM !

(Note pour le formateur : Mettre l'accent sur l'importance d'avoir un conseiller de vente impliqué permet de mettre la personne formée sur « un pied d'estale » en l'impliquant de la sorte le candidat sera plus réceptif à la suite de la formation et se sentira important et valorisé).

Conseiller STOOM, qu'est-ce que c'est, quels sont mes « missions » ?

Première parole aux personnes formées : D'après vous quelles sont vos missions en tant que conseiller chez nous ? (Noter les réponses fournies par les participants pour pouvoir rebondir dessus).

1 / Aborder dans un premier temps les « missions » d'un conseiller de vente classique :

- Ouverture du magasin
- Tenue en état « vendeur » et propre du magasin (ménage et réassort)
- Ouverture de caisse
- Accueil et conseil client
- Réception des commandes
- Ventes
- Gestion SAV
- Fermeture caisse et magasin

*(Note pour le formateur) : Ces « missions » font partie intégrante du contrat de travail, nous allons maintenant expliquer plus en détail les tâches qui pourront être confiées chez STOOM, les tâches doivent être **présentées comme une valeur ajoutée au poste du candidat, une valorisation du profil, pour ne pas être perçues comme du « travail supplémentaire ».***

2 / Être conseiller chez STOOM :

Aux compétences précédentes nous allons ajouter les suivantes :

- **Savoir accueillir oui, mais de manière solaire et rassurante :**

(Le client va se séparer d'un élément prépondérant et omniprésent dans sa vie, la cigarette (expliquer qu'il s'agit de la même démarche psychologiquement que de « séparer un enfant de son doudou »), le conseiller doit avoir un accueil adapté et rassurant la première impression est très importante dans la suite du processus.

- **Une recherche des besoins précise et efficace :**

Vous devrez poser les bonnes questions au bon moment, rechercher les besoins d'un client revient à « percer sa bulle d'intimité » d'où la nécessité d'un accueil réussi, nous reviendrons plus loin dans la formation sur la recherche des besoins (quoi demander, comment utiliser les réponses du client, fixer un taux de nicotine etc...).

- **Savoir utiliser un discours simple et efficace :**

Vous êtes un spécialiste de la cigarette électronique BRAVO ! Mais attention le client en face de vous ne l'est absolument pas ! Clearomiseur, accus, résistances, airflow et j'en passe ne feront que déclencher un vague d'acquiescement du client **qui ne comprendra absolument rien à votre discours (attention il ne vous le dira pas, certain vous diront même qu'ils ont tout compris**, sûrement pour abréger leurs souffrances et sortir au plus vite du magasin 😊), bravo vous venez de perdre votre premier client et vous gagnez le surnom de Kevin de la vape, si votre vendeur s'appelle Kevin ne faites pas ce trait d'humour il pourrait se vexer 😊)

- **Vendre un matériel et expliquer son fonctionnement :**

Une fois votre première vente effectuée vous allez devoir mettre en service le matériel de votre client, il faudra procéder de manière méthodique et claire nous vous expliquerons plus loin dans la formation comment et dans quel ordre procéder.

Mais attention expliquer comment marche un matériel c'est bien mais comment s'en servir c'est encore mieux ! (Il s'agit-là d'une phase très souvent oubliée par les conseillers !)
Nous reviendrons également sur ce point lors de la formation.

- **Fidéliser le client et l'inviter à produire un bouche à oreille positif :**

Un client mécontent **vous le fera savoir à vous mais aussi à la terre entière !** Lorsqu'un client est satisfait il vous faudra **l'inciter à parler de nous** « Si vous avez des proches ou connaissances fumeurs, n'hésitez pas à nous conseiller » et « n'hésitez pas à nous laisser une évaluation sur google », **toutes ces actions contribueront à notre développement** et quel bonheur de voir que votre client est pleinement satisfait de **VOS services** sur google !

FICHE formateur suite 2 / Module 2 « L'art de l'accueil solaire : être professionnel et agréable envers les clients »

Quelque chose de solaire qu'est-ce que c'est ? (Non ce n'est pas un panneau 😊)

(Parole aux participants : Savez-vous ce que veut dire le terme « solaire », notez les réponses pour revenir dessus par la suite).

Une personne solaire ou un accueil solaire se réfère à une attitude, un comportement ou une présence chaleureuse, positive et lumineuse envers les autres.

Être solaire signifie rayonner **une énergie positive, être ouvert, amical et agréable** dans les interactions avec les autres.

Une personne solaire crée une **atmosphère accueillante et engageante**, qui met les autres à l'aise et leur **donne le sentiment d'être appréciés et valorisés**.

Un accueil solaire se manifeste par un **sourire sincère, un contact visuel bienveillant, une écoute active, un langage corporel ouvert et des interactions positives**.

Cela implique **d'être attentif aux besoins des autres, de montrer de l'intérêt et de la compassion, et d'adopter une communication encourageante et positive**.

L'accueil solaire crée une expérience positive pour les clients ou les personnes avec lesquelles on interagit, **laissant une impression durable et favorable**.

Lorsqu'il s'agit d'interagir avec les clients, adopter une attitude chaleureuse, positive et professionnelle offre de nombreux avantages :

Création d'une expérience positive :

En étant chaleureux et positif, vous créez une atmosphère accueillante et agréable pour les clients.

Cela les met à l'aise et leur donne une impression positive de notre entreprise, une expérience client positive favorise la **fidélité, les recommandations positives et peut même entraîner une augmentation significative des ventes**.

Renforcement de la confiance :

Une **attitude professionnelle et bienveillante** contribue à **renforcer la confiance** des clients envers vous et l'entreprise.

Les clients ont tendance à se sentir plus en confiance lorsqu'ils sont accueillis avec gentillesse et considération.

Cela peut les inciter à faire affaire avec vous et à **établir une relation durable**.

Amélioration de la satisfaction client :

Des interactions chaleureuses et positives **favorisent la satisfaction**.

Lorsqu'ils sont traités avec respect et courtoisie, **les clients se sentent valorisés et écoutés, ce qui les incite à revenir et à recommander les produits ou services de STOOM à d'autres**.

Réduction des conflits :

Et oui, une approche professionnelle et positive **peut aider à prévenir et à résoudre les conflits avec les clients de manière efficace**.

En étant **attentif à leurs préoccupations**, en montrant de **l'empathie** et en proposant des solutions adaptées, vous pouvez atténuer les situations délicates et **maintenir ou rétablir une relation constructive avec le client**.

Image de marque positive :

Lorsque vous incarnez une attitude chaleureuse, positive et professionnelle, **vous contribuez à façonner une image de marque positive pour l'entreprise**. Les clients nous associent à une expérience **agréable et mémorable**, ce qui peut renforcer notre réputation et **nous démarquer de la concurrence**.

Développement de relations durables :

En étant chaleureux, positif et professionnel, **vous favorisez le développement de relations durables**. Ils sont plus susceptibles de revenir **et de devenir des clients fidèles**.

FICHE Formateur suite 3 / Module 3 : « Comprendre l'addiction et faire le bon choix : De votre choix découle la victoire ! »

L'addiction au tabac, juste des accros à la clope ? Ce n'est pas si simple !

L'addiction au tabac comporte 3 composantes principales : physique, psychologique et comportementale.

Comprendre ces différentes composantes peut aider à mieux appréhender la nature de cette dépendance et à développer des stratégies efficaces pour y faire face.

Composante physique :

Lorsqu'une personne fume régulièrement, son corps devient physiquement dépendant de la nicotine présente dans le tabac.

La nicotine est une substance addictive qui stimule le système nerveux central et crée une dépendance physique. Lorsque la nicotine pénètre dans le corps, elle provoque la libération de neurotransmetteurs tels que la dopamine, qui procurent une sensation de plaisir et de soulagement du stress (effet anxiolytique).

Au fil du temps, le corps s'habitue à la présence régulière de la nicotine et devient tolérant, ce qui entraîne le besoin d'augmenter les doses pour obtenir le même effet.

Lorsque la consommation de tabac et de nicotine est interrompue, des symptômes de sevrage peuvent se manifester, tels que des irritations, des troubles de l'humeur, des difficultés de concentration, des fringales et des sensations de manque.

Composante psychologique :

Outre la dépendance physique, l'addiction au tabac présente également une composante psychologique importante.

Les fumeurs développent souvent des associations psychologiques entre le tabac et certaines situations, émotions ou activités.

Par exemple, fumer peut être lié au plaisir, à la relaxation, au soulagement du stress, aux liens sociaux... .

Ces associations mentales renforcent l'envie de fumer et peuvent déclencher des pulsions intenses lorsqu'une personne est confrontée à ces situations.

La composante psychologique de l'addiction au tabac peut rendre difficile l'arrêt du tabac, car les fumeurs peuvent ressentir un besoin compulsif de fumer pour gérer leurs émotions ou se sentir à l'aise dans certaines circonstances.

Composante comportementale :

Enfin, l'addiction au tabac est également influencée par une composante comportementale.

Les habitudes et les routines liées au tabagisme, comme le fait d'allumer une cigarette après un repas, lors d'une pause-café ou en conduisant, deviennent profondément ancrées dans le mode de vie d'un fumeur.

Ces comportements habituels deviennent associés à la satisfaction de la dépendance et sont souvent difficiles à changer.

La composante comportementale de l'addiction au tabac peut engendrer des envies intenses de fumer dans des contextes spécifiques.

En prenant en compte ces trois composantes de l'addiction au tabac, il devient évident que surmonter cette dépendance nécessite **une approche globale**.

Un soutien approprié, comprenant des stratégies de sevrage progressif, pourquoi pas des traitements de substitution nicotinique qui sont totalement compatibles avec la cigarette électronique peuvent être recommandés pour aider les fumeurs à arrêter de fumer et à maintenir une vie sans tabac.

Mettons en lumière l'avantage de la cigarette électronique face à ces trois « type d'addiction »

(Parole aux participants, noter les réponses pour revenir dessus si besoin)

Composante physique :

La cigarette électronique permet d'adapter le dosage de nicotine contenu dans le liquide, offrant ainsi la possibilité de « réduire progressivement la quantité de nicotine consommée » (Attention la baisse du taux de nicotine ne fonctionne pas pour tout le monde, une autre solution consiste à garder le même taux de nicotine tout au long du sevrage mais à espacer progressivement les sessions de vape, de cette manière le client perçoit toujours son « shoot » de nicotine et arrivera à gérer plus facilement une situation d'angoisse ou de stress notamment, **n'oublions pas que la nicotine ne doit**

pas être diabolisée mais être une alliée de poids dans notre premier combat qui est, EVITER LA COMBUSTION et les risques liés à cette dernière).

Composante psychologique :

La cigarette électronique permet de reproduire certains aspects psychologiques associés à la consommation de tabac, tels que l'action de tenir un objet, inhaler et expirer de la vapeur, ainsi que la satisfaction de gestes et de rituels spécifiques.

Cela peut contribuer à réduire le sentiment de manque psychologique (effet doudou) souvent associé à l'arrêt du tabac.

Composante comportementale :

La cigarette électronique peut aider à modifier les comportements associés à la consommation de tabac.

Les vapoteurs peuvent **conserver leurs routines et leurs habitudes**, comme les pauses cigarettes, mais en remplaçant la cigarette traditionnelle par la cigarette électronique.

Cela peut faciliter la transition vers un mode de vie sans tabac, en **évitant les « stimuli » qui déclenchent l'envie de fumer.**

Par exemple, le fait de tenir une cigarette électronique et d'inhaler de la vapeur peut répondre aux habitudes gestuelles et sensorielles, sans les risques associés à la combustion du tabac.

UNE PHASE OBLIGATOIRE :

Lors d'une vente à un client **en dernier lieu, une fois la partie technique expliquée de manière claire et succincte** il sera préférable de **prendre plus de temps** pour expliquer le comportement à adopter pour utiliser la cigarette électronique : **Cela vous paraît logique et pourtant dans quasiment 90% cette phase essentielle est totalement oubliée par les magasins de vape ! (Il s'agit pourtant d'une des clés de la réussite !**

Faites comprendre ce point avec des phrases simples :

« Le but est de tromper votre cerveau, vous allez donc conserver toutes vos habitudes de fumeur simplement vous allez changer l'outil que vous avez en main »

Vous pouvez également préciser que bien que la cigarette électronique soit **pratique et moins contraignante** pour fumer à l'intérieur il faut que le client **garde la même routine le sevrage en sera que plus efficace :**

« Vous sortiez dehors fumer ? Alors sortez dehors vaper, ne vous mettez pas dans une zone de confort, votre cerveau ne comprendrait pas votre sevrage risque de ne pas fonctionner ».

Fiche formateur / Module4 : « Maîtriser la technicité du matériel : L'essence d'un métier axé sur la satisfaction client »

Chez nous, nous accordons une grande importance à la connaissance du matériel utilisé.

Après tout, il est difficile de vendre un aspirateur si on ne sait pas différencier le bouton "Marche" du bouton "Arrêt" ! (Attention il y a un piège 😊).

Mais laissez-nous vous dire un petit secret : **bien que le savoir technique soit crucial, ce n'est pas le point le plus important.**

Imaginez une scène épique dans un film hollywoodien. Le héros tient entre ses mains l'arme ultime pour sauver le monde. C'est un moment clé ! Mais... attendez... il ne sait pas comment s'en servir ! Eh bien, c'est un peu comme ça avec la connaissance du matériel.

C'est notre outil, notre superpouvoir, mais la véritable magie se trouve ailleurs.

Le point crucial, c'est notre capacité à créer des connexions humaines.

L'accueil chaleureux, le sourire sincère, l'écoute active et la volonté de comprendre les besoins du client **sont bien plus importants que de connaître chaque spécification technique par cœur.**

Rappelez-vous, derrière chaque client, il y a une personne avec ses désirs, ses questions et parfois même ses petites blagues.

C'est là que réside la véritable clé du succès : créer un environnement où les clients se sentent compris, soutenus et où ils peuvent même partager un rire avec nous.

Alors oui, la connaissance du matériel est essentielle, mais ne laissons pas notre héros intérieur s'égarer. Mettons plutôt en avant notre superpouvoir des relations humaines, notre capacité à apporter un sourire et à offrir une expérience mémorable.

Car après tout, les spécifications peuvent être apprises, mais l'art de faire briller les yeux de nos clients, ça, c'est inné !

N'oublions pas que nous sommes plus que des experts en matériel, nous sommes des ambassadeurs de bonne humeur et de satisfaction client. Et ça, **c'est le véritable secret de notre succès !**

FICHE Formateur suite 3 / Module 5 : « Fiche de suivi personnalisée : Un outil essentiel pour comprendre, accompagner, fidéliser et réussir avec vos clients »

(Donner une fiche de suivi à chaque participant)

Nous sommes ravis de vous présenter une grande nouveauté : la mise en place d'une fiche de suivi personnalisée à remplir **obligatoirement** lors du premier achat de nos clients.

Mais qu'est-ce que cela signifie pour vous en tant que vendeurs ? Laissez-nous vous expliquer.

La fiche de suivi personnalisée est un outil essentiel pour créer une relation solide et durable avec nos clients.

Elle a pour objectif de nous aider à **mieux les connaître, à suivre leurs progrès et à identifier les éventuels problèmes qu'ils pourraient rencontrer**. En tant que vendeurs, cette fiche devient notre **lien privilégié avec nos clients**.

La satisfaction client est notre priorité absolue, et la fiche de suivi personnalisée est un moyen efficace de **nous assurer que nous répondons précisément à leurs besoins**.

En recueillant des informations pertinentes lors du premier achat, nous sommes en mesure d'adapter nos recommandations et notre assistance de manière plus **personnalisée et pertinente**.

Imaginez-vous en train de jouer un jeu de rôle, où chaque indice recueilli vous rapproche un peu plus de la victoire.

La fiche de suivi personnalisée fonctionne de la même manière, elle nous permet de suivre attentivement chaque étape du parcours de nos clients, en **identifiant les points forts et les éventuelles difficultés**.

Cela nous permet d'intervenir rapidement et de **mettre en place des solutions adaptées pour les aider les clients à atteindre leurs objectifs**.

En tant que vendeurs, cette fiche de suivi devient notre alliée pour **offrir un service exceptionnel**.

Elle nous permet de garder une trace de nos interactions avec les clients, de leurs préférences, de leurs défis et de leurs réalisations.

Grâce à ces informations, **nous sommes en mesure de fournir des conseils ciblés, de proposer des produits complémentaires et de les accompagner de manière proactive tout au long de leur parcours avec nous**.

En travaillant de manière collaborative avec nos clients, nous sommes certains de pouvoir leur offrir une expérience d'achat exceptionnelle et de les fidéliser durablement.

Alors, adoptons cette nouvelle initiative avec enthousiasme ! La fiche de suivi personnalisée est notre alliée pour améliorer notre approche client, pour mieux les comprendre et pour les aider à atteindre leurs objectifs.

(Demander au vendeur s'il a des propositions d'amélioration de cette fiche, nous pourrions être passés à côté d'un point clé cette démarche implique un peu plus le vendeur).

Fiche formateur / Module 6 : « La fidélisation client : Cultiver des relations durables pour stimuler le bouche-à-oreille positif »

Ah, le bouche à oreille positif... **c'est comme un feu d'artifice de compliments qui illumine notre chemin vers le succès ! Vous savez, c'est ce phénomène étonnant où les clients satisfaits ne peuvent tout simplement pas se taire à propos de notre incroyable entreprise.**

Imaginez-vous en train de marcher dans la rue et soudain, vous entendez des chuchotements excités : "Hé, tu as entendu parler de cette entreprise ? Ils sont **fantastiques ! Leurs produits sont géniaux, leur service est impeccable et leur équipe est plus drôle que les meilleurs comiques du monde !**"

Eh oui, le bouche à oreille positif est comme une vague de rires et de recommandations qui **se propage à travers la ville.**

C'est notre super-pouvoir secret du marketing. Et devinez quoi ? Vous en êtes les super-héros !

Lorsque nos clients sont tellement ravis de leur expérience avec nous qu'ils ne peuvent s'empêcher de le crier sur tous les toits (ou chez mamie pour le diner de famille autour du gigot), **c'est là que la magie opère.**

Le bouche à oreille positif est bien plus puissant que toutes les publicités du monde. C'est notre armée de fans dévoués qui font le travail pour nous !

Alors, comment pouvons-nous favoriser ce super-pouvoir du bouche à oreille positif ? Eh bien, c'est simple.

Nous devons continuer à offrir un service extraordinaire, des produits qui dépassent les attentes et **des interactions qui laissent nos clients avec des sourires jusqu'aux oreilles.**

Et bien sûr, n'oublions pas l'ingrédient secret : notre humour inimitable ! Lorsque nous ajoutons une pincée d'humour à nos interactions avec les clients, nous créons des moments mémorables qui restent gravés dans leur esprit.

Ils ne pourront s'empêcher de partager ces anecdotes hilarantes avec leurs proches. (Attention à doser avec parcimonie avec certains clients, à vous de juger après tout vous les connaissez sur le bout des doigts !).

Rappelez-vous, le bouche à oreille positif est comme une blague qui fait rire tout le monde. Il se propage plus vite que la lumière et crée une réputation incroyable pour notre entreprise.

LES AVIS GOOGLE « Faites nous briller de mille feux »

Saviez-vous que les avis sur Google sont comme **des étoiles qui illuminent notre réputation en ligne ?**

Eh oui, c'est une petite étincelle **qui peut faire toute la différence dans la perception** de notre entreprise par les clients potentiels.

Lorsque nos clients sont enchantés par notre service, nos produits et notre sens de l'humour légendaire (bien sûr !), **il est crucial de leur demander de partager leur expérience en laissant un avis sur Google.**

C'est comme si nous leur demandions de dessiner un sourire lumineux dans le ciel numérique.

Pourquoi est-ce si important, me demanderez-vous ?

Les avis sur Google jouent un rôle essentiel dans la prise de décision des clients.

Ils sont une source d'information précieuse qui leur permet de se faire une idée de ce qui les attend lorsqu'ils franchissent les portes de notre entreprise.

Imaginez un instant que nous avons des dizaines, voire des centaines d'avis élogieux sur Google.

Les clients potentiels seront tellement impressionnés qu'ils se précipiteront pour découvrir ce que nous avons à offrir.

C'est comme si notre réputation se répandait dans l'univers virtuel, attirant les regards curieux et les clients enthousiastes.

Alors, **ne sous-estimez jamais le pouvoir d'un simple petit clic sur les étoiles de Google.**

Demandez humblement à nos clients satisfaits de partager leur expérience et leur satisfaction.

C'est notre chance de briller comme des constellations scintillantes dans le vaste cosmos du commerce en ligne.

N'oubliez pas, **lorsque nous demandons des avis sur Google, nous créons une communauté de supporters dévoués qui propagent la bonne nouvelle autour d'eux.**

Leurs mots chaleureux et leurs recommandations enthousiastes sont notre force secrète pour **conquérir de nouveaux clients et nous démarquer de la concurrence.**

Comprenons la nécessité de demander des avis sur Google avec assurance et confiance.

Chaque avis est une étoile qui nous guide vers le succès, un pas de plus vers la réalisation de nos objectifs les plus ambitieux.

Alors, en avant vers de nouvelles aventures, avec nos super-pouvoirs de vente, notre sens de l'humour décapant et le bouche à oreille positif à nos côtés !

FIN DE FORMATION INITIALE