

# Formation Repenser l'expérience client en magasin

**Commerçant Commercial / Vente Communication d'entreprise / Marketing**

Référence de la formation : **C402**

Villes : **Colmar, Mulhouse, Strasbourg**

Au travers du programme ci-dessous, le stagiaire sera capable, à l'issue de la formation de :

- Optimiser pour rester en phase avec les besoins, envies et attentes de vos clients
- S'adapter de la meilleure façon pour fidéliser ses clients
- Se faire connaître pour avoir plus de client
- Intégrer la technologie même dans la relation client/magasin



**En présentiel ou Accessible  
à distance**

Durée : **4 jours (28 heures)**

Tarif Inter :

**Tarif** : formation en intra-entreprise, nous consulter

**Lieu(x)** : locaux de l'entreprise

[Tarif intra sur demande](#)

## Strasbourg

**Noémie REMY**

Assistante commerciale

Site de Strasbourg

[+33 3 88 43 08 08](tel:+33388430808)

## Colmar

**Danielle KRUGER-LOTH**

Chargée de relation client

Site de Colmar

[+33 3 89 20 22 31](tel:+33389202231)

## Mulhouse

**Gaëlle GIGAN**

Chargée de relation client

Site de Mulhouse

[+33 3 89 33 35 14](tel:+33389333514)

Mise à jour le 30 janvier 2024

## Objectifs de la formation

- Décrire et auditer le parcours client actuel
- Définir des pistes d'amélioration du parcours et de l'expérience client
- Optimiser pour rester en phase avec les besoins, envies et attentes de vos clients
- S'adapter de la meilleure façon pour fidéliser ses clients
- Se faire connaître pour avoir plus de clients
- Intégrer la technologie même dans la relation client/magasin

## A qui s'adresse la formation ?

### Public

- Toute personne travaillant dans la vente

### Pré-requis

- Avoir de l'expérience dans le domaine de la vente

## Programme de la formation

### 1. Les nouveaux comportements d'achat

- Le consommateur hyperconnecté et ses attentes
- Recherche de sens et de valeur : la nouvelle consommation militante
- Les nouveaux parcours d'achat
- Web-to-store, store-to-web, showrooming : les usages mixtes et leur impact sur l'achat en magasin
- Décrypter les spécificités et avantages du point de vente par rapport au e-commerce

### 2. Délivrer une expérience client mémorable en magasin

- Benchmark des nouveaux concepts et magasins remarquables
- Scénographier l'agencement de son magasin
- Conjuguer émotion, contenus et services : proposer des services utiles qui améliorent l'expérience en magasin
- Échanger, prendre le temps, services complémentaires : redonner du sens à l'achat
- Imaginer l'expérience signature de son point de vente

### 3. Enrichir l'expérience sensorielle en point de vente grâce au digital

- Panorama des trucs et astuces simples pour faciliter la vie de ses clients.
- Rupture de stock, passage en caisse... : identifier et diminuer les frictions du parcours d'achat.
- Penser conjointement l'aménagement et l'équipement technologique de son point de vente.
- Simplifier le parcours d'achat : paiement sans contact, click & collect...
- Concilier les données off et online pour personnaliser la relation en magasin.
- Construire son buyer persona pour cerner le profil de ses clients.

4. Repenser le rôle du vendeur pour offrir une expérience sociale en point de vente

- Connecté, informé, interactif et réactif : les qualités et compétences du vendeur New Retail.
- Miser sur une relation client-vendeur personnalisée : le clienteling.
- Améliorer l'expérience client et faciliter le travail des collaborateurs : impliquer ses équipes de vente dans le choix des solutions technologiques.
- Nouvelle culture du point de vente et prise en main des outils numériques : former ses équipes de vente.

## Modalités de la formation

### Modalités pédagogiques

Apports théoriques et applications concrètes Exemples et échanges  
Application et mise en œuvre

### Organisation

Formation en présentiel  
Intra-Entreprise  
Minimum 3 participants / Maximum 10 participants

### Évaluation des connaissances

L'intervenant vérifie régulièrement au cours de la formation le degré d'atteinte des objectifs pédagogiques à travers des exercices d'application, des simulations ou des études de cas

### Validation de la formation

Attestation d'évaluation des acquis  
Attestation de suivi de formation

### Livrables

Support de formation (version numérique ou papier).  
Plan d'action personnel

## Chiffres clés

**92 %**

de recommandation en 2022

**92 %**

de satisfaction en 2022

**5601**

nombre de stagiaires en 2022