

# Formation Repenser l'expérience client en magasin

## Commerçant Commercial / Vente

Référence de la formation : **C402**

Villes : **Strasbourg, Colmar, Mulhouse**

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 entreprise**



**Accessible**

Tarif Inter :

Nous consulter

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

[Tarif intra sur demande](#)

Mise à jour le 26 août 2025

## 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

## 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

## Livrables

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

## Organisation

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

## Validation de la formation

Attestation d'évaluation des acquis  
Attestation de suivi de formation

## Chiffres clés

**93 %**

de recommandation en 2024

**90.5 %**

de satisfaction en 2024

**7266**

nombre de stagiaires en 2024