Formation Repenser l'expérience client en magasin

Commerçant **Commercial / Vente**

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 connaitre pour avoir plus de client
- Intégrer la technologie même dans la relation client/magasin

En entreprise **Accessible**

Durée : **28 heures** Sur mesure
Tarif Inter :

Nous consulter
Lieu(x) : locaux de l'entreprise

Tarif intra sur demande

Mise à jour le 23 juin 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

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

93 %
de recommandation en 2024

90.5 %
de satisfaction en 2024

7266
nombre de stagiaires en 2024