

Formation : L'art de la relation client dans l'univers du luxe

Cours pratique - 2j - 14h00 - Réf. RCX

NEW

Blended

Dans le secteur du luxe, la relation client est primordiale. Le ressenti du client, pendant l'expérience d'achat, est un vecteur puissant. L'atmosphère, la magie de l'accueil, la qualité de la relation avec le vendeur, jouent un rôle déterminant. Comment rendre cette expérience unique, personnalisée et authentique ? Quelles sont les clés pour susciter l'effet "Waouh" et accompagner l'acte d'achat du client ? À l'issue de cette formation, vous serez en mesure de mieux comprendre le profil et les attentes de vos clients, afin de leur offrir une expérience sur mesure.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Décoder les attitudes et postures du client
- ✓ Accompagner le client en fonction de son profil
- ✓ Développer un accueil cohérent avec l'image de la marque
- ✓ Gérer les leviers d'achat du client
- ✓ Vendre de la valeur
- ✓ Proposer une expérience authentique et personnalisée

Public concerné

Ambassadeurs de marque, conseillers de vente, responsables et directeurs de boutique

Prérequis

Aucun

Méthodes et moyens pédagogiques

Méthodes pédagogiques

Formation proposée exclusivement en intra-entreprise. Son contenu et ses ateliers sont adaptés et conçus sur mesure. Les intervenants sont spécialistes des approches relation-client dans le secteur du luxe et des produits et services à haute valeur ajoutée

PARTICIPANTS

Ambassadeurs de marque, conseillers de vente, responsables et directeurs de boutique

PRÉREQUIS

Aucun

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Programme de la formation

1 Accueillir avec justesse

- Décoder les postures et les signaux implicites du client pour initier une relation sur-mesure
- Adapter son approche au profil du client
- Se présenter en cohérence avec l'univers que l'on incarne

Objectifs de la séquence

Ateliers : comprendre l'univers, les repères du client. Développer un accueil signature

2 Écouter l'envie, capter le désir

- Identifier les leviers d'achat (estime, plaisir, distinction, héritage...)
- Affiner son écoute active et son intelligence émotionnelle
- Comprendre l'attente derrière le désir d'achat du client
- Adapter la présentation du produit ou du service aux attentes du client

Objectifs de la séquence

Ateliers : au-delà du produit, générer une émotion, proposer un moment unique

3 Proposer une expérience globale

- Mettre en lumière le sens et valoriser la rareté et la spécificité de l'offre
- Accompagner les hésitations avec tact et assurance
- Présenter le prix comme le prolongement naturel de la valeur

Objectifs de la séquence

Ateliers : valoriser l'univers de la marque par l'expérience singulière proposée au client, accompagner l'achat

4 Clore l'expérience avec intensité et mémoire

- Engager à l'achat avec diplomatie et confiance
- Transformer l'achat en un moment signature
- Saisir les informations clés dans le CRM pour alimenter une relation durable
- Marquer les esprits par un geste, une attention, une parole authentique

Objectifs de la séquence

Ateliers : ancrer l'effet "Waouh", fidéliser

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

Options

Blended : 105 € HT

Approfondissez les connaissances acquises en formation grâce aux modules e-learning de notre [Chaîne e-learning vente retail](#). Un apprentissage flexible et complet, à suivre à votre rythme dès le premier jour de votre présentiel.

Solutions de financement

Plusieurs solutions existent pour financer votre formation et dépendent de votre situation professionnelle.

Découvrez-les sur notre page [Comment financer sa formation](#) ou [contactez votre conseiller formation](#).

Horaires

Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30.

Les participants sont accueillis à partir de 8h45. Les pauses et déjeuners sont offerts.

Pour les formations de 4 ou 5 jours, quelle que soit la modalité, les sessions se terminent à 16h le dernier jour.