

**F  
O  
R  
M  
A  
V  
I  
S  
I  
O  
N**

**POUVEZ VOUS M'AIDER?**

***Guide de l'animateur***

**© Formavision / AMI**

87-89 rue des Rosiers, 92500 Rueil Malmaison, France  
Tel: 33-01 47 08 12 12 Fax: 33-01 47 08 01 58  
email: Formavision@easynet.fr  
<http://www.formavision.com>



## UNE APPROCHE VRAIMENT EFFICACE DE LA FORMATION

**FORMAVISION SARL** constituée en 1977, est une société française, pionnière dans la vidéocommunication.

Elle a été créée par des professionnels de la formation continue pour distribuer des films de formation, qui dès l'origine ont su allier le professionnalisme et l'impact pédagogique maximal à partir d'une idée simple : "un vidéofilm de formation n'a nullement besoin d'être ennuyeux pour être efficace".

Aujourd'hui, **Formavision** dispose d'un vidéo-catalogue de 100 films de formation en français, et d'un catalogue de 180 films de formation en anglais. Ces films sont distribués dans 32 pays et utilisés par 100.000 sociétés. Chacun, de ces films utilisent des techniques variées pour transmettre un large éventail de messages de formation à des auditeurs différents.

Quant à la démarche commerciale de **Formavision**, elle tient au respect de ces 3 points :

1. distribuer les meilleures vidéocassettes disponibles dans le domaine de la formation.
2. fournir des vidéocassettes d'excellente qualité, toujours accompagnées de documents qui faciliteront leur exploitation.
3. faciliter l'utilisation et le choix des formateurs et animateurs par des présentations et des journées régulièrement organisées dans toute la France et les pays voisins.



***European Training  
Media Association***

# Pouvez vous m'aider?

## *Guide d'animateur*

### Introduction

Une bonne relation entre un vendeur et un client se construit sur un élément critique : **la confiance**. Le vendeur doit avoir confiance en sa capacité à satisfaire les besoins du client. Ainsi, cette capacité et la sincérité du vendeur créeront un climat de confiance chez le client.

**Pouvez vous m'aider?** expose des situations qui permettent de développer cette confiance chez vos vendeurs. Le vidéofilm présente les six étapes clés de la vente en magasin. Toutefois, chaque étape fournit des variations que vous pouvez adapter selon la personnalité individuelle de vos vendeurs.

A la fin de cette séance de formation, vos stagiaires doivent être capables de:

- \* ***comprendre l'importance de maintenir une bonne connaissance des produits***
- \* ***accueillir les clients avec un sourire***
- \* ***découvrir les désirs et les besoins des clients***
- \* ***présenter les avantages avant les caractéristiques***
- \* ***surmonter les objections***
- \* ***conclure la vente***
- \* ***profiter des moments creux de la journée***

Cependant, afin de tirer le meilleur de ce stage, il convient d'observer quelques règles:

### *Planifier votre séance*

**Bien connaître votre audience** .....parce que chaque stagiaire peut avoir des besoins différents. Un questionnaire préliminaire est fourni (page 5) pour vous aider à découvrir ces besoins ainsi que les questions que vos employés peuvent se poser sur la vente

**Développer des objectifs spécifiques**....concentrés sur les besoins de votre entreprise et de vos stagiaires.

**Regardez le vidéofilm ... deux fois..** avant de planifier votre séance. Le fait de vous familiariser avec le contenu du vidéofilm vous aidera à préparer un plan de stage efficace.

**Créer le programme du stage**... quelques modèles vous sont proposés à la page 2/3.

**Faire un check-list de vos matériels de stage**....un check-list vous est fourni à la page 6.

## Personnaliser votre stage

Voici quelques suggestions pour personnaliser votre stage aux besoins spécifiques de vos stagiaires.

### *Le contrôle de connaissance des produits*

Substituer aux questions générales sur la connaissance des produits, une liste de questions spécifiques. Par exemple, 'Quels jours réceptionne-t-on les marchandises?' Le vendeur ou l'équipe obtenant le plus grand nombre de réponses correctes recevra un cadeau ou un prix.

### *Recréer vos expériences*

Substituer des situations de vente vécues lors des mises en situation proposées dans ce guide. Demander à chaque stagiaire de noter une situation vécue dans son magasin.

### *Jeu de mime*

Noter par écrit cinq ou six descriptifs de produit et demander à l'un des stagiaires de mimer un besoin correspondant au produit, pendant que le groupe tente de discerner son besoin et lui proposer le bon produit.

### *Concours de vente de produits accessoires*

Après le stage, encourager les stagiaires à se servir des leçons du vidéofilm par un concours de vente de produits accessoires. Offrir des prix pour le vendeur ou le service qui réussit à vendre le maximum de produits accessoires.

## Programmes de stage proposés

Voici quelques suggestions pour votre programme de stage, que vous pouvez bien entendu personnaliser selon vos besoins.

### **Séance de 5 heures**

<b>Activité</b>	<b>Durée</b>	<b>Page N°</b>
1. Introduire le stage	15 minutes	7
2. Montrer le vidéofilm et faire le résumé	25 minutes	8
3. Discussion après le vidéofilm	15 minutes	8
4. Discussion pour vendeurs confirmés/débutants	20 minutes	9/17
5. Exercice pour vendeurs confirmés/débutants	10 minutes	11/20
6. Discussion sur les conclusions	5 minutes	12/20
Pause	<b>(20 minutes)</b>	
7. Mise en situation vendeurs confirmés/débutants	30 minutes	13/21
8. Exercice: les défis de la vente	30 minutes	27
9. Exercice: Faire un pas de plus	15 minutes	29
10. Exercice: A faire et ne pas faire avec des clients	15 minutes	30
Pause	<b>(20 minutes)</b>	
11. Discussion sur des plaintes courantes	15 minutes	32
12. Discussion sur des réclamations	10 minutes	34
13. Discussion sur l'amélioration du service	10 minutes	35

14. Discussion sur l'ouverture de la communication	10 minutes	35
15. Exercice: montrer votre compréhension	10 minutes	38
16. Exercice: questionnaire complémentaire	15 minutes	40
17. Evaluation du stage	5 minutes	-

## Programmes de stage proposés (suite)

### Séance de 2 heures

Activité	Durée	Page N°
1. Introduire le stage	15 minutes	8
2. Montrer le vidéofilm et faire le résumé	25 minutes	8
3. Discussion pour vendeurs confirmés/débutants	20 minutes	9/17
4. Exercice pour vendeurs confirmés/débutants	10 minutes	11/20
5. Exercice: les défis de la vente	30 minutes	27
6. Exercice: questionnaire complémentaire	15 minutes	40
7. Evaluation du stage	5 minutes	-

### Séance de 1 heure

Activité	Durée	Page N°
1. Introduire le stage	15 minutes	8
2. Montrer le vidéofilm et faire le résumé	25 minutes	8
3. Discussion pour vendeurs confirmés/débutants	20 minutes	9/17
4. Evaluation du stage	5 minutes	-

NB Les durées indiquées ci-dessus sont approximatives et peuvent varier selon vos objectifs et le nombre de participants au stage.

Vous souhaiteriez peut être personnaliser votre programme de stage. Voici un programme en blanc dont vous pouvez vous servir pour noter vos idées.

### Séance de        heures

Activité	Durée	Page N°
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		

8.

9.

10.

## Lettre de convocation au stage

Voici un modèle de lettre de convocation au stage que vous pouvez utiliser en apportant vos modifications.

**Objet: Stage de formation : « Pouvez vous m'aider »**

Madame/Monsieur

En tant que membre de notre équipe, une fonction clé de votre travail est de fournir une excellente qualité de service à nos clients et de réaliser tout votre potentiel de vendeur.

C'est pourquoi, le ( jour et date) ... à (l'heure) nous organisons à votre intention une séance de formation sur la vente. La séance aura lieu à (lieu). Pendant ce stage, vous aurez l'occasion d'apprendre et de réfléchir sur les points suivants:

- \* *comprendre l'importance de maintenir une bonne connaissance des produits*
- \* *accueillir les clients avec un sourire*
- \* *découvrir les désirs et les besoins des clients*
- \* *présenter les avantages avant les caractéristiques*
- \* *surmonter les objections*
- \* *conclure la vente*
- \* *profiter des moments creux de la journée*

Pour nous aider à tirer profit de cette séance, nous vous invitons à prendre connaissance et à compléter le questionnaire préliminaire ci-joint. Veuillez nous le retourner avant le ( date). Vos réponses à ces questions nous permettront de traiter pendant le stage des sujets qui vous concernent dans votre travail actuel.

1. Compléter la lettre de convocation et joindre à l'envoi un exemplaire du questionnaire préliminaire.
2. Des réception des questionnaires, lire attentivement les réponses pour noter les questions, les problèmes éventuels ou les situations à soulever lors du stage.

3. Ces questionnaires vous permettront de vous concentrer sur les besoins des stagiaires. Ainsi vous pourrez modifier le programme du stage selon ces besoins.
4. Un questionnaire de suivi de stage est fourni page 40. La comparaison entre ces deux questionnaires vous aidera, après le stage, à déterminer la réussite du transfert de connaissances.

## **QUESTIONNAIRE PRELIMINAIRE**

*Note: En répondant à ces questions, référez vous à votre expérience personnelle dans votre travail avec vos clients actuels. Soyez honnête dans vos réponses.*

**1. Définir le service au client**

**2. Décrire les besoins de votre client habituel**

**3. Je pense connaître les besoins de mes clients:**

- A. très bien**
- B. bien**
- C. assez bien**
- D. pas sur**
- E. pas très bien**

**4. Pourquoi le service au client est-il important?**

**5. Quels sont les obstacles ou les contraintes que vous pouvez rencontrer en essayant d'offrir un excellent service au client?**

**6. Indiquer quelques règles que vous utilisez pour traiter avec un client mécontent.**



7. Que présentez vous en premier au client: les caractéristiques ou les avantages du produit? Pourquoi?

8. Quel est pour vous le meilleur moyen de surmonter les objections?

9. Comment jugez vous votre connaissance des produits?

### ***Check-list pour l'animateur***

#### ***Lieu:***

*Créer un environnement décontracté  
Vérifier que chacun voit les aides visuelles  
S'assurer qu'il y a assez de lumière pour  
prendre des notes pendant la projection vidéo  
Fournir à chaque stagiaire une surface pour écrire  
Vérifier les acoustiques de la salle  
Vérifier que la salle est accessible en cas de  
stagiaire handicapé*

***Vidéo*** *Vérifier le branchement entre le moniteur et le  
magnétoscope  
Vérifier l'image, le son et la couleur  
Vérifier que la cassette est rembobinée  
Vérifier votre rétroprojecteur, paperboard etc.*

***Matériel*** *Guide d'animateur  
Vidéofilm  
Transparents  
Papier et crayons*

*Paperboard*  
*Fiches de travail/exercices*

## **Introduire le stage**

*15 minutes*

**Matériel: Transparent N° 1 et 2**

1. Demander aux stagiaires de circuler dans la salle en se présentant par leur fonction ou leur travail actuel.

Peut être vous est il arrivé de perdre une vente, vous n'aviez pas le bon produit, vous n'étiez pas aussi aimable que d'habitude, ou tout simplement le client n'a pas apprécié votre style. Ceci est parfois inévitable. Notre objectif aujourd'hui est de vous aider à réduire ces problèmes pour devenir meilleur vendeur.

*(Passez le transparent N° 1)*

**La qualité de service est...satisfaire et surpasser les attentes des clients**

*(Passez le transparent N° 2)*

A la fin de cette séance vous saurez comment :

- \* *comprendre l'importance de maintenir une bonne connaissance des produits*
- \* *accueillir les clients avec un sourire*
- \* *découvrir les désirs et les besoins des clients*
- \* *présenter les avantages avant les caractéristiques*

- \* *surmonter les objections*
- \* *conclure la vente*
- \* *profiter des moments creux*

2. Discuter avec le groupe le questionnaire préliminaire qu'ils ont rempli avant le stage.

3. Pour gagner du temps, discuter seulement les questions 1,3,4 et 5. Expliquer que les autres questions feront l'objet d'une discussion plus tard.

## **Montrer le vidéofilm et faire le résumé**

### ***25 minutes***

Comme vous le savez maintenant, votre premier pas vers la confiance en soi est de bien connaître votre travail. Cependant, être vendeur n'est pas aussi facile qu'être caissier par exemple. Vendre, c'est forcément avoir affaire à des clients. Vous devez savoir comment satisfaire leurs désirs et leurs besoins selon chacun d'eux.

Nous avons un vidéofilm qui peut éclaircir les choses.

Ce vidéofilm, Pouvez vous m'aider?, vous indiquera six étapes à franchir pour acquérir cette confiance en vous. Lorsque vous aurez franchi ces 6 étapes reconnues pour apporter des résultats positifs, vous serez alors prêts à gagner la confiance de vos clients.

Comme il est dit dans le vidéofilm, vos clients doivent ressentir votre désir sincère de les aider - vous n'êtes pas là uniquement par intérêt financier. Pour être sincère vis à vis du client, mettez vous à sa place. Nous sommes tous des clients à un moment donné. Comment aimez vous que l'on vous traite lorsque vous êtes client?

J'insiste sur ce point parce que votre carrière de vendeur, en dépend. Pendant que vous regarderez le vidéofilm, chercher les six étapes à franchir pour renforcer la confiance qui vous permettra de fournir la meilleure qualité de service à vos clients.

*(Montrer le vidéofilm)*

## **Discussion après le vidéofilm**

### ***15 minutes***

La dernière scène avec le client qui achète un jeu de golf en dit long sur la vente. Elle nous montre effectivement que la vendeuse est allée plus loin qu'une simple vente.

Revenons à notre discussion sur la confiance. La vendeuse avait les connaissances nécessaires et le désir sincère d'aider ce client. Celui-ci savait qu'il pouvait lui faire confiance. Elle n'a pas seulement gagné une vente, elle a gagné une satisfaction personnelle: le client est plus heureux, il sait que son jeu devrait s'améliorer. Elle a gagné également un client qui va revenir pour acheter d'autres produits. Qui sait, peut-être parlera-t-il à ses copains de golf de la personne qui l'a aidé à améliorer son jeu.

### *Questions pour Discussion*

*Q. Quels éléments spécifiques dans ce vidéofilm peuvent s'appliquer à l'amélioration de vos techniques de vente?*

*Q. Y-a-t-il des éléments spécifiques dans ce vidéofilm qui ne peuvent pas s'appliquer à notre magasin? Pourquoi?*

*Q. Quels étaient les exemples d'un mauvais service dans le vidéofilm.*

## **DISCUSSION**

**pour vendeurs confirmés**

*20 minutes*

*Matériel: 1 ex par stagiaire de l'exercice d'auto évaluation (p.21)*

*Transparent N° 3*

1. Donner à chaque stagiaire un exemplaire de la fiche de travail N°1 (p.11).
2. Expliquer aux stagiaires qu'il faut comparer ses techniques de vente avec celles présentées dans le vidéofilm.

On dit souvent qu'il y a toujours moyen de s'améliorer dans la vente. Nous allons en discuter maintenant en essayant de trouver des améliorations ici et là, à travers nos diverses expériences. Commençons par la première étape, bien connaître la marchandise.

(Transparent N° 3)

3. Présenter la première étape et poser les questions d'ouverture pour encourager vos stagiaires à se concentrer sur leurs forces et leurs faiblesses.
4. Encourager les stagiaires à noter les idées pertinentes.

## **DISCUSSION SUR L'AUTO EVALUATION**

### **ETAPE N°1 - bien connaître la marchandise**

*Q. Commencez vous chaque jour par vérifier rapidement s'il y a du nouveau dans les stocks? Pourquoi est-ce important de le savoir?*

*Q. Si vous vous mettiez à lire les journaux spécialisés et la documentation concernant vos produits, quel effet cela aurait-il sur vos résultats de vente?*

*Q. Si vous faisiez attention aux promotions et aux publicités affichées dans le magasin, comment cela vous aiderait-il?*

#### **ETAPE N°2 - accueillir les clients avec un sourire**

- Q. Comment accueillez vous habituellement les clients et quelle est leur réponse habituelle?*
- Q. Pour les clients « je ne fais que regarder », quelles phrases pourriez-vous tenter pour les accueillir: « Avez vous remarqué notre promotion sur .. » ou « Avez vous pu voir notre .... »*
- Q. Quelles sont les phrases d'accueil que vous utilisez? Pourquoi sont elles réussies?*

#### **ETAPE N°3 - découvrir les désirs et les besoins des clients**

- Q. Comment faites-vous pour encourager le client à vous communiquer ses désirs et ses besoins?*
- Q. Avez vous déjà posé des questions ouvertes à des clients afin de les aider à définir leurs besoins? Donnez un exemple.*
- Q. Est ce que les clients sont réceptifs lorsque vous posez des questions spécifiques à propos de leurs besoins? Pourquoi?*
- Q. Etes vous quelqu'un qui sait écouter? Comment le savez-vous?*
- Q. Essayez vous d'encourager le client à toucher la marchandise pour observer ses réactions? Est ce que vous en apprendrez quelque chose?*
- Q. Quel est le risque si vous vous concentrez tout de suite sur un produit? N'avez vous jamais passé des heures devant une voiture de sport alors que vous avez besoin d'une voiture économique?*

#### **ETAPE N°4 - présenter les avantages avant les caractéristiques**

- Q. Présentez-vous les avantages avant les caractéristiques? Pourquoi cela est-il important?*

*Q. Quand vous présentez les avantages, faites vous une sélection préalable selon les besoins du client? Pourquoi?*

*Q. Quand vous présentez les caractéristiques, choisissez vous ceux qui ont un intérêt particulier pour le client? Pourquoi?*

#### **ETAPE N°5 - surmonter les objections**

*Q. Quel type d'objections rencontrez-vous le plus souvent?*

*Q. Comment faites-vous pour les surmonter?*

#### **ETAPE N°6 - conclure la vente**

*Q. Etes vous inquiet lorsque vous demandez la commande? Pourquoi?*

*Q. Comment demandez vous la commande à un client?*

*Q. A votre avis, est ce que cette approche réussit bien?*

## **FICHE DE TRAVAIL 1: AUTO EVALUATION**

*Noter ci-dessous toute idée ou suggestion émanant de la discussion qui vous semblent utile pour améliorer votre performance.*

#### **ETAPE N° 1**

**Bien connaître sa marchandise**

*comment s'améliorer:*

#### **ETAPE N° 2**

**Accueillir les clients avec un sourire**

*comment s'améliorer:*

#### **ETAPE N° 3**

**Découvrir les désirs et les besoins**

*Comment s'améliorer:*

#### **ETAPE N° 4**

**Présenter les avantages avant les caractéristiques**

*Comment s'améliorer:*

#### **ETAPE N° 5**

**Surmonter les objections**

*Comment s'améliorer:*

#### **ETAPE N° 6**

**Conclure la vente**

*Comment s'améliorer:*

### **EXERCICE 1:**

*vendeurs confirmés*

*10 minutes*

*Matériel: Paperboard*

1. Repartir les stagiaires par groupes de 4 à 6 personnes.
2. Demander aux groupes de faire un remue-méninges sur les divers moyens d'augmenter les ventes et d'améliorer les techniques de vente pendant les journées « ralentis » ou les moments creux de la journée.

*(Idées possibles)*

- \* *créer votre propre « circulation » en écrivant ou en téléphonant à quelques clients*
- \* *profiter du temps libre pour vous informer davantage sur les produits*
- \* *vérifier les stocks, les disponibilités*
- \* *vérifier les promotions*

3. Demander aux groupes de partager leurs idées et noter les sur votre paperboard.

4. Pendant la discussion, vos stagiaires vont peut être soulever des points qu'ils aimeraient approfondir. Solliciter des questions ou des commentaires supplémentaires.

### **DISCUSSION SUR LES CONCLUSIONS**

*5 minutes*

*vendeurs confirmés*

Rappelez vous les séquences du vidéofilm sur « comment conclure la vente ». Savoir conclure une vente est un atout majeur pour un vendeur. Seulement, il est très courant d'être nerveux ou inquiet à ce moment là. Mais il y a plusieurs façons de conclure la vente.

***Q. Donner moi quelques exemples des différents types de conclusion***

**Conclure sur le paiement**

« Voulez vous le mettre sur votre carte? »

**Conclure sur une présomption**

« Voulez vous un paquet cadeau? »

**Conclure sur la livraison**

« Nous pouvons vous livrer lundi prochain »

**Conclure sur un choix**

« Nous les avons en bleu-marine, beige et noir. Quelle couleur voulez vous? »

**Conclure en résumant le besoin**

« Oui, vous avez raison. C'est le meilleur prix et il vous va à merveille. Nous pouvons le passer sur votre compte spécial CC. Je fais la facture? »

**Conclure dans l'immédiat**

« Ce produit est très demandé, alors je ne peux pas vous garantir d'en avoir la semaine prochaine. Voulez vous le prendre maintenant? »

***Q. Est ce qu'il y a des situations plus ou moins propices pour utiliser chacune de ces conclusions?***

***Q. Quand sera le bon moment de vous servir de chacune de ces conclusions ?***

**EXERCICE 2: MISE EN SITUATION *vendeurs confirmés***

***30 minutes***

***Matériel: 1 ex des scénarios pour chaque stagiaire***

1. Demander à dix personnes de se porter volontaires pour les mises en situation. Si votre groupe est plus restreint, réduire le nombre de mises en situation.
2. Regrouper les 10 volontaires par paires, dont un « client » et un « vendeur ».
3. Distribuer les scénarios de mise en situation à chaque stagiaire mais vérifier que les dix volontaires ne reçoivent que le scénario correspondant à leur rôle. Ils ne doivent pas connaître le scénario de leur partenaire.
4. Expliquer aux « vendeurs » qu'il faut vendre leurs produits habituels.
5. Rappeler aux « vendeurs » de faire part de leurs connaissances du produit selon la situation.



6. Laisser 5 minutes pour chaque mise en situation.

7. Après chaque mise en situation, demander aux autres stagiaires les questions suivantes:

***Q. Qu'est ce que le vendeur a bien fait?***

***Q. Comment pourrait-il améliorer sa performance?***

## ***MISES EN SITUATION***

***vendeurs confirmés***

### ***Situation N°1 - Le client difficile***

#### ***DUPONT (client)***

Vous êtes habituellement quelqu'un de très aimable, mais aujourd'hui tout s'est mal passé pour vous. Vous rentrez dans le magasin et vous êtes fatigué, frustré et aussi très pressé. Quand le vendeur, Mayol, vous approche, votre première réaction est de refuser son

#### ***MAYOL (vendeur)***

Vous êtes un vendeur confirmé. Quand Dupont fait son entrée, vous commencez immédiatement l'amorce de la vente. La vente dépendra de votre capacité à gagner la confiance du client et à garder votre calme.

assistance car vous êtes pressé.

**Q. Est ce que Mayol peut vous convaincre qu'il a les compétences pour vous aider à faire le bon choix - ou quitterez vous le magasin encore plus frustré?**

## **Situation N°2 - Surmonter une objection due aux besoins**

### **ROBERT (client)**

Vous faites des courses lorsque vous remarquez un article. Il ne convient pas à vos besoins et vous n'allez sans doute pas l'acheter. Lorsque Druot s'approche de vous, vous continuez à examiner l'article attentivement et vous ne proposez aucune information concernant vos besoins réels.

**Q. Druot réussira-t-il à vous faire parler de vos besoins réels?**

**Q. Achèterez vous l'article qu'il vous faut?**

**Q. Achèterez vous un article que vous regretterez par la suite?**

**Q. Quitterez-vous le magasin sans acheter?**

### **DRUOT (vendeur)**

Robert, un client, a l'air très intéressé par l'un de vos articles les plus chers. Vous engagez la conversation pour essayer de satisfaire ses besoins et réaliser une vente.

## **MISES EN SITUATION**

## **vendeurs confirmés**

## **Situation N°3 - Surmonter une objection de prix**

### **HAINAULT (client)**

Vous êtes à la recherche d'un article précis et vous comparez les prix. Vous rentrez dans ce magasin pour vérifier le prix et le vendeur, Jouret, s'approche de vous. Le prix cité est compétitif, mais vous pensez qu'il est encore un peu cher. Au début, vous refusez les efforts de Jouret pour conclure la vente. Vous hésitez à lui expliquer votre réelle objection.

### **JOURET(vendeur)**

Hainault, un client, rentre dans votre magasin et s'intéresse à un article précis. Vous allez entamer avec lui le processus de la vente, sans trop de problèmes, et vous tenterez de conclure la vente. Le client hésite. Vous devez définir sa véritable objection et essayer de la surmonter.

*Q. Est ce que Jouret saura vous convaincre que cet article vaut son prix?*

### **Situation N°4 - Conclure la vente**

#### **CARTIER (client)**

Vous entrez dans le magasin, sans objet particulier. Hulot, le vendeur, attire votre attention sur un article nouveau. Hulot vous présente le produit et vous le trouvez intéressant. Vous hésitez un peu quand Hulot tente de conclure parce que vous n'aviez pas prévu cet achat en entrant dans le magasin.

*Q. Est ce que les techniques employées par Hulot pour conclure la vente vous persuaderont de faire cet achat?*

#### **HULOT (vendeur)**

Cartier, un client, entre dans le magasin sans objet particulier. Vous attirez tout de suite son attention vers un nouvel article.

Vous devez convaincre le client de prendre l'article entre ses mains et vous poursuivrez votre approche de vente.

*Q. Quel type de conclusion allez vous choisir pour conclure la vente? Pensez à la conclusion sur paiement, sur présomption, sur un choix et dans l'immédiat.*

**MISES EN SITUATION**

**vendeurs confirmés**

### **Situation N°5 - Conclure la vente**

--	--

## **ARNAUD (client)**

Vous vous considérez comme un acheteur avisé. Vous n'achetez rien sans comparer les prix et vous n'achetez que si vous avez un vrai besoin. Vous entrez dans ce magasin pour regarder nouveau cet article. Lefevre, le vendeur, s'approche de vous et vous parle avec enthousiasme de ce produit que vous espérez un jour acheter. Quand il tente de conclure la vente, vous émettez une objection très vague.

*Q. Est ce que Lefevre réussira à vous convaincre de l'acheter aujourd'hui?*

## **LEFEVRE (vendeur)**

*Q. Comment ferez vous pour définir l'objection et conclure la vente? Essayez de conclure la vente en résumant son besoin.*

### **DISCUSSION**

*20 minutes*

*vendeurs débutants*

*Matériel: 1 ex pour chaque stagiaire de la fiche de travail Discussion (p. 33)*

*Transparent N° 3*

1. Distribuer un exemplaire de la fiche de travail N°2 à chaque stagiaire.
2. Inviter les stagiaires à suivre les six étapes sur la fiche, en commentant chacune. Encourager les à proposer des suggestions ou des questions et noter toute idée utile. Afficher le transparent N° 3 pendant toute la discussion.

### **ETAPE N°1 - bien connaître la marchandise**

*Q. Quelles informations supplémentaires aimeriez vous avoir sur les produits?*

### **ETAPE N°2 - accueillir les clients avec un sourire**

*Q. Pourquoi pensez vous que les clients répondent souvent par « Je regarde seulement » lorsque le vendeur leur dit: « Est ce que je peux vous aider? »*

*Q. Comment pourriez vous contrer cette réponse? (ex. Ne ratez pas notre super promotion... ou Ne ratez pas notre nouveau produit ...)*

*Q. Quel type d'accueil conviendrait mieux pour vous: l'approche « bon voisin » ou l'approche « produit »? Pourquoi?*

### **ETAPE N°3 - découvrir les désirs et les besoins des clients**

Les clients ne savent pas toujours ce qu'ils veulent en entrant dans le magasin. Vous pouvez briser la glace et les encourager à analyser leurs besoins en leur posant des questions ouvertes.

Essayez aussi d'aider les clients à déterminer leurs besoins en mettant le produit entre leurs mains. Encourager les à l'examiner.

Et puis, écoutez bien - c'est une partie importante de la vente.

*Q. Quels sont les besoins et les désirs que vous allez écouter très attentivement?*

## **DISCUSSION (suite)**

*20 minutes*

*vendeurs débutants*

### **ETAPE N°4 - présenter les avantages avant les caractéristiques**

*Q. Quelle est la différence entre un avantage et une caractéristique?*

*Q. Pourquoi faut il présenter les avantages d'abord?*

**Q. Pourquoi les avantages et les caractéristiques varient-ils selon les clients?**

**Q. Comment pouvez vous connaître les avantages d'un produit?**

(ex. documentation, écouter les autres vendeurs et les clients)

### **ETAPE N°5 - surmonter les objections**

**Q. Pourquoi faut il rester calme devant les objections?**

La confiance est mise en question.

**Q. Qu'apprenez vous lorsque le client émet une objection?**

Tous les besoins n'ont pas été découverts.

### **ETAPE N°6 - conclure la vente**

Il est très important de demander la commande, directement, pour aider le client à prendre une décision.

**Q. Pourquoi la conclusion sur le mode de paiement est-elle souvent choisie?**

« Vous souhaitez régler par CB?

**Q. Quand sera-t-il le bon moment pour utiliser la conclusion sur présomption, ou sur un choix?**

« Voulez vous un paquet cadeau? » ou « Je l'ai en marron, noir ou gris. Lequel aimeriez vous? »

**Q. Donner un exemple d'une conclusion sur la livraison?**

Indiquer quand vous pouvez promettre la livraison.

**Q. Quand sera-t-il le bon moment pour la conclusion en résumant le besoin, et la conclusion dans l'immédiat?**

« Oui, vous avez raison. C'est le meilleur prix actuellement, et ce sera parfait pour vous. Nous pouvons vous le mettre sur votre compte. »

Après avoir discuté des six étapes ci-dessus, inviter les stagiaires à suggérer toute autre information qui leur semble importante.

## **FICHE DE TRAVAIL N°2**

*Noter ci-dessous comment vous pourrez appliquer chacune des six étapes dans votre travail actuel.*

**ETAPE N° 1**

**Bien connaître sa marchandise**

**ETAPE N° 2**

**Accueillir les clients avec un sourire**

**ETAPE N° 3**

**Découvrir les désirs et les besoins**

**ETAPE N° 4**

**Présenter les avantages avant les caractéristiques**

**ETAPE N° 5**

**Surmonter les objections**

**ETAPE N° 6**

**Conclure la vente**

**EXERCICE 3**

*vendeurs débutants*

*10 minutes*

*Matériel: Paperboard*

1. Repartir les stagiaires par groupes de 4 à 6 personnes.
2. Demander aux groupes de faire un remue-méninges sur les divers moyens d'augmenter les ventes et d'améliorer leurs techniques de vente pendant les journées « ralentis » ou des moments creux de la journée.

*(Idées possibles)*

- \* *créer votre propre « circulation » en écrivant ou en téléphonant à quelques clients*
- \* *profiter du temps libre pour vous informer davantage sur les produits*
- \* *vérifier les stocks, les disponibilités*
- \* *vérifier l'emplacement de divers produits sur les rayons*

3. Demander aux groupes de partager leurs idées et noter les sur votre paperboard.
4. Pendant la discussion, vos stagiaires vont peut être soulever des points qu'ils aimeraient approfondir. Solliciter des questions ou des commentaires supplémentaires.

## **DISCUSSION SUR LES CONCLUSIONS**

*5 minutes*

*vendeurs débutants*

*Matériel: Transparent N°4*

Rappelez vous les séquences du vidéofilm sur comment conclure la vente. Savoir conclure la vente est un atout majeur pour un vendeur. Très souvent, le vendeur appréhende ce moment de conclure la vente. Mais il y a plusieurs façons de conclure une vente. Voici quelques exemples que nous avons vus dans le vidéofilm:

### **Conclure sur le paiement**

« Voulez vous le mettre sur votre carte? »

### **Conclure sur une présomption**

« Voulez vous un paquet cadeau? »

### **Conclure sur la livraison**

« Nous pouvons vous livrer lundi prochain »

### **Conclure sur un choix**

« Nous les avons en bleu-marine, beige et noir. Quelle couleur voulez vous? »

### **Conclure en résumant le besoin**

« Oui, vous avez raison. C'est le meilleur prix et il vous va à merveille. Nous pouvons le passer sur votre compte spécial XXX. Je fais la facture? »

### **Conclure dans l'immédiat**

« Ce produit est très demandé, alors je ne peux pas vous garantir d'en avoir la semaine prochaine. Voulez vous le prendre maintenant? »



## **EXERCICE 4: MISES EN SITUATION** *vendeurs débutants* *30 minutes*

**Matériel:** *Créer une fiche produit pour vos stagiaires pour les aider pendant les mises en situation. Sur cette fiche figurera toutes les informations sur un produit que le vendeur doit vendre.*

1. Demander à dix personnes de se porter volontaires pour les mises en situation. Si votre groupe est plus restreint, réduire le nombre de mises en situation.
2. Regrouper les 10 volontaires par paires, soit un « client » et un « vendeur ».
3. Distribuer une fiche descriptive du produit à chaque stagiaire.
4. Distribuer les rôles aux volontaires mais vérifier que les « vendeurs » et les « clients » n'ont pas connaissance de leur rôle respectif.
5. Rappeler aux « vendeurs » de faire part de leurs connaissances du produit selon la situation.
6. Laisser 5 minutes pour chaque mise en situation.
7. Après chaque mise en situation, poser aux autres stagiaires les questions suivantes:

***Q. Qu'est ce que le vendeur a bien fait?***

***Q. Comment pourrait-il améliorer sa performance?***

**Situation N°1 - Accueillir les clients avec un sourire****BARRAULT (client)**

Vous êtes un acheteur avisé qui n'aime pas être importuné par les vendeurs. Vous êtes sur la défensive aujourd'hui quand le vendeur, Maurice, s'approche de vous. Vous attendez patiemment qu'il vous pose la question type « Puis je vous aider? », afin de lui répondre par un négatif et continuer à faire vos courses en paix.

*Q. Est ce que ce vendeur est différent des autres?*

*Q. Est ce que Maurice attirera votre attention sur un produit spécifique pour conclure éventuellement la vente?*

**MAREL(vendeur)**

Vous êtes un bon vendeur qui n'accueille jamais un client avec une phrase qui invite une réponse négative. Quand Barrault entre dans le magasin vous vous servez de l'approche « produit » ou « bon voisin ». Si vous engagez son intérêt, suivez les étapes de la vente exposées dans le film et tentez de conclure la vente.

**Situation N°2 - Découvrir les désirs et les besoins du client****CARRE (client)**

Vous êtes quelqu'un de très timide, réservé. Vous espérez prendre une décision sur un achat et comme toujours vous avez un problème à faire le choix final. Lorsque Guerain, le vendeur, s'approche de vous, vous hésitez à lui exposer votre problème.

*Q. Guerain réussira-t-il à vous aider à décider lequel des produits répond*

**GUERAIN (vendeur)**

Carre, un client, a l'air très intéressé par l'un de vos produits mais il semble incapable de prendre une décision. Votre travail consiste à l'aider à déterminer ses besoins et ensuite à présenter les avantages et les caractéristiques des produits qui répondent à ses besoins.

*Q. Saurez-vous gagner la confiance du client et lui fournir l'assurance*

*le mieux à vos besoins?*

*nécessaire pour commander?*

## **MISES EN SITUATION**

*vendeurs débutants*

### **Situation N°3 - Découvrir les désirs et les besoins**

#### **HAINAULT (client)**

Vous êtes une personne très aimable, et un peu bavarde. Vous vous promenez dans le magasin quand Jouret, le vendeur, s'approche de vous et vous commencez tout de suite à lui parler d'un produit que vous venez de voir. Dès que Jouret vous pose une question, vous lui répondez longuement sans jamais préciser vos désirs et vos besoins.

**Q. Est ce que Jouret saura fixer votre attention sur un produit spécifique?**

**Q. Est ce que vous finirez par lui parler de vos besoins réels, sans lesquels il ne pourra pas conclure la vente?**

#### **JOURET(vendeur)**

Vous accueillez Hainault, un client, en lui donnant quelques informations sur un produit qu'il vient d'examiner. Hainault est très réceptif et il engage tout de suite une conversation sur ce produit ainsi que sur d'autres produits.

**Q. Comment ferez vous pour avancer la discussion vers la découverte de ses besoins précis?**

**Q. Pouvez vous conclure la vente?**

### **Situation N°4 - Présenter les avantages avant les caractéristiques**

#### **CARTIER (client)**

Vous cherchez un produit dont vous connaissez peu le fonctionnement. Quand Hulot, le vendeur, s'approche de vous, vous êtes content d'avoir son assistance.

#### **HULOT (vendeur)**

Vous aidez Cartier, un client, qui souhaite se renseigner sur un produit particulier. Vous devez sélectionner les avantages et les caractéristiques qui sont importants pour ce client.

*Q. Est ce que Hulot vous aidera à définir vos besoins et vous présentera-t-il le produit qui répond à vos besoins?*

*Q. Comment saurez vous à quel moment cesser de poser des questions et commencer la présentation des avantages et des caractéristiques?*

## **MISES EN SITUATION**

## **vendeurs débutants**

### **Situation N°5 - Comment surmonter des objections imprécises**

#### **ARNAUD (client)**

Vous réfléchissez sur l'achat d'un objet cher. Vous aidez Arnaud, un client, qui est intéressé par un produit haut de gamme. Vous devez lui fournir les informations nécessaires pour prendre votre décision. Quand il tente de conclure la vente, vous hésitez et vous commencez à réfléchir sur un produit moins performant. Vous préféreriez acheter le produit plus performant mais vous n'êtes pas sûr de vous en servir souvent.

*Q. Est ce que Lefevre réussira à vous convaincre de l'acheter aujourd'hui?*

#### **LEFEVRE (vendeur)**

Vous devez lui fournir les informations dont il a besoin pour prendre une décision. Si Arnaud commence à réfléchir sur un produit moins cher, vous devez l'aider à décider de ce qu'il veut réellement. Une fois cette décision prise, tentez de conclure la vente.

### **Situation N°6 - Comment surmonter des objections de prix**

#### **HOFFNER (client)**

Vous êtes un client plutôt conservateur qui achète rarement un article qui n'est pas en solde. Pendant que vous regardez les bonnes affaires, vous êtes attiré par un produit. Ce produit n'est pas en solde et vous savez où vous pouvez trouver un produit similaire pour moins cher.

*Q. Est ce que le vendeur, Tavel, réussira*

#### **TAVEL (vendeur)**

Vous remarquez Hoffner, un client qui paraît intéressé par l'un de vos produits de meilleure qualité. Si Hoffner se montre intéressé par un article non soldé, vous aurez besoin de lui présenter les avantages et les caractéristiques qui justifient le prix supérieur.

*Q. Quelles raisons pouvez vous*

*à vous convaincre que le coût supplémentaire est justifié?*

*Q. Est ce que vous changerez vos habitudes en achetant un produit non soldé?*

*donner à cet habitué des soldes pour le convaincre de payer le prix normal pour un produit?*

*Q. Est ce que Hoffner va déboursier plus aujourd'hui?*

## **MISES EN SITUATION**

## **vendeurs débutants**

### **Situation N°7 - Comment surmonter des objections sur le besoin**

#### **MAIER (client)**

Vous faites vos courses lorsque vous êtes attiré par un produit plutôt cher. Dunant, le vendeur, discute avec vous et il vous encourage à l'acheter. Quand il tente de conclure la vente vous vous rendez compte que vous n'avez pas assez d'argent pour l'acheter aujourd'hui. Très gêné par ce constat, vous hésitez à expliquer le problème au vendeur.

*Q. Est ce que Dunant découvrira votre situation et vous proposera un plan alternatif ou allez vous remettre cet achat à plus tard?*

#### **DUNANT (vendeur)**

Vous aidez Maier, un client, qui est intéressé par un produit haut de gamme. Vous découvrez que le client désire le produit, alors vous lui demandez la commande. Si Maier émet une objection vous devez préciser la nature de celle-ci, lui fournir les informations dont il a besoin, et tentez de conclure la vente.

### **Situation N°8 - Conclure la vente**

#### **WATIER (client)**

Vous faites vos courses lorsque Mollet, le vendeur, remarque votre intérêt pour un produit. Vous discutez de vos besoins et

#### **MOLLET (vendeur)**

Vous aidez Watier, un client qui paraît intéressé par l'un de vos produits. Suivez les étapes de la vente. Quand

Mollet vous fournit toutes les informations nécessaires sur le produit. Vous continuez à examiner l'article lorsque Mollet vous demande la commande. Vous maintenez un silence pendant un moment, en examinant le produit.

**Q. Donnez vous à Mollet la réponse qu'il souhaite?**

vous estimez que le client a le bon produit pour satisfaire ses besoins, demandez lui la commande.

Servez vous de la méthode qui vous convient le mieux.

## **MISES EN SITUATION**

## **vendeurs débutants**

### **Situation N° 9 - Contrer les objections**

#### **KLEIN (client)**

Vous faites vos courses lorsque vous êtes attiré par un produit. Prevert, le vendeur le remarque et commence à vous parler du produit. Son intervention augmente votre désir d'acheter ce produit. Vous hésitez cependant à prendre une décision trop rapide. Vous souhaitez être rassuré par le vendeur.

**Q. Est ce que Prévert va vous rassurer et vous convaincre d'acheter ce produit?**

#### **PREVERT (vendeur)**

Vous engagez Klein, un client, dans une conversation à propos d'un produit qui l'intéresse. Klein semble très emballé par le produit mais il hésite un peu à l'acheter.

**Q. Avez vous établi une relation de confiance avec lui?**

Quand vous estimerez que Klein est satisfait, conclure la vente en vous servant d'un résumé de ses besoins.

### **Situation N°10 - Surmonter les objections**

#### **ORLANDO (client)**

Vous cherchez un produit spécifique. Lorsque Servier, le vendeur, essaie de découvrir vos désirs et vos besoins, vous lui expliquez exactement ce que vous recherchez.

#### **SERVIER (vendeur)**

Aujourd'hui, vous aidez un client, Orlando, qui semble savoir exactement ce qu'il veut. Il est évident qu'il a déjà vu des produits semblables ailleurs.

*Q. Est ce que Servier réussira à gagner votre confiance et à vous fournir le bon produit?*

*Q. Comment la solution de Servier se comparera-t-elle avec d'autres produits que vous avez vus?*

*Q. De quels avantages et de quelles caractéristiques dispose votre produit pour convaincre Orlando de l'acheter?*

Peut être faut-il lui offrir des produits accessoires? Essayez!

## **EXERCICE 5: LES DEFIS DE LA VENTE**

*30 minutes*

*Matériel: 1 ex par stagiaire de la fiche de travail N°3(p.28)*

1. Distribuer un exemplaire de la fiche de travail N°3 à chaque stagiaire.

2. Lire les instructions ci-dessous:

\* Notez l'exemple d'un défi ou d'un problème que vous avez rencontré et résolu dans la vente, mais **N'INDIQUEZ PAS COMMENT VOUS L'AVEZ RESOLU**. Laisser 2 ou 3 minutes.

\* Une fois que vous avez noté votre exemple, passez le à la personne placée à votre gauche. Vous devez, en retour, recevoir un exemple de la personne placée à votre droite.

\* Notez sur la fiche votre solution au défi ou au problème indiqué.

\* Une fois terminé, on vous demandera de lire les solutions que vous avez trouvées et ensuite on écoutera la solution réelle qui a été employée.

- \* Discuter d'autres façons de résoudre ou de traiter ces défis.

## **FICHE DE TRAVAIL N°3**

### ***Instructions:***

*Notez ci-dessous un défi ou un problème que vous avez pu résoudre, mais n'écrivez pas la solution que vous avez trouvée. Ensuite, passez la fiche à la personne placée à votre gauche. Vous recevrez à votre tour une fiche de la personne placée à votre droite. Prenez quelques minutes pour étudier ce défi, et notez votre solution à ce problème. Une fois que tout le monde aura terminé, les défis et les solutions seront discutés.*

### ***le DEFI:***

---

### ***La SOLUTION:***



## **EXERCICE 6: FAIRE UN PAS DE PLUS**

*15 minutes*

***Matériel: Paperboard***

1. Répartir les stagiaires par groupes de 3 ou 4 personnes.
2. Demander à chaque stagiaire de traiter avec le groupe un problème type qui lui arrive au travail quand il est avec les clients (ex. des plaintes concernant l'attente, difficulté à fournir l'aide demandée, etc) et noter ces problèmes sur le paperboard.
3. Pour chaque problème noté, demander aux groupes de discuter des façons créatives de traiter ces problèmes en faisant un pas de plus.
4. Laisser aux groupes 10 minutes pour compléter cet exercice.
5. Demander à chaque groupe de sélectionner l'un des problèmes notés et de faire part aux autres comment il a pu le résoudre.
6. Poser les questions suivantes aux groupes et laisser le temps pour la discussion et le retour d'informations.

***Q. Quelles politiques devez vous suivre actuellement qui limitent votre capacité à faire un pas de plus pour le client?***

***Q. Quelles actions pouvez vous entreprendre pour augmenter votre capacité à faire un pas de plus pour le client?***

## **EXERCICE 7: A FAIRE ET NE PAS FAIRE AVEC LES CLIENTS**

*15 minutes*

*Matériel: 1 ex de la fiche de travail N°4(p. 31) pour chaque stagiaire*

Il y a de nombreux aspects de la qualité de service à se rappeler, lorsque on se trouve en face du client. Les « faire » et « ne pas faire » de la qualité de service peuvent faire ou défaire la relation de confiance que vous essayez de bâtir avec le client. Il est donc essentiel que vous connaissiez les meilleures façons de traiter ces différentes situations. Si vous maîtrisez ces techniques, vous réduirez considérablement le stress qui peut accompagner ce travail et vous augmenterez le nombre de personnes satisfaites que vous rencontrerez dans une journée.

1. Distribuer à chaque participant un exemplaire de la fiche de travail N°4 (p.31) et laisser leur cinq minutes pour la compléter sur ce qu'il faut faire pour chaque situation.
2. Discuter les réponses avec le groupe.

### ***NE PAS FAIRE***

*Interrompre ou présumer que vous savez ce que le client va dire*

### ***NE PAS FAIRE***

*Perdre de vue le problème du client à cause de sarcasmes, de critiques personnelles, de propos exagérés*

### ***FAIRE***

*Ecouter attentivement et patiemment d'abord avant de répondre*

### ***FAIRE***

*Accepter que ce n'est pas dirigé contre vous à titre personnel, et poser des questions ouvertes pour aider le client à exprimer ses émotions.*

**NE PAS FAIRE**

Utiliser le mot « plainte »

**NE PAS FAIRE**

Dire « vous prétendez que.. » ou « vous dites que » sur un ton soupçonneux

**NE PAS FAIRE**

Accuser d'autres services ou des collègues d'être la cause du problème

**NE PAS FAIRE**

Contredire ou rentrer en conflit avec le client

**NE PAS FAIRE**

Dire « vous devez... »

**NE PAS FAIRE**

Dire « la seule chose que nous pouvons faire... »

**NE PAS FAIRE**

Dresser la liste de tout ce que vous ne pouvez pas faire

**FAIRE**

Utiliser les mots « problème » ou « situation »

**FAIRE**

Dire « je comprends que... »

**FAIRE**

Offrir vos excuses pour l'inconvénient

**FAIRE**

Sympathiser et chercher des points d'accord entre vous et le client

**FAIRE**

Dire « je vous propose de... »

**FAIRE**

Donner un choix d'options au client

**FAIRE**

Dresser la liste de ce que vous pouvez faire

**FICHE DE TRAVAIL N°4**

**Réfléchir sur les actions que vous pourriez entreprendre pour contrer les « ne pas faire » cités ci-dessous. Ensuite, notez vos réponses dans la colonne de droite.**

**NE PAS FAIRE**

Interrompre ou présumer que vous savez ce que le client va dire

**FAIRE****NE PAS FAIRE**

Perdre de vue le problème du client à cause de sarcasmes, de critiques personnelles, de propos exagérés

**FAIRE****NE PAS FAIRE**

Utiliser le mot « plainte »

**FAIRE****NE PAS FAIRE****FAIRE**

*Dire « vous prétendez que.. » ou  
« vous dites que » sur un ton  
suspçonneux*

**NE PAS FAIRE**

*Accuser d'autres services ou  
des collègues d'être la cause  
du problème*

**FAIRE**

**NE PAS FAIRE**

*Contredire ou rentrer en conflit  
avec le client*

**FAIRE**

**NE PAS FAIRE**

*Dire « vous devez... »*

**FAIRE**

**NE PAS FAIRE**

*Dire « la seule chose que nous pouvons  
faire... »*

**FAIRE**

**NE PAS FAIRE**

*Dresser la liste de tout ce que  
vous ne pouvez pas faire*

**FAIRE**

## **EXERCICE 8: DES PLAINTES COURANTES**

*15 minutes*

*Matériel: Paperboard*

*1 ex de la fiche de travail N°5(p.33) pour chaque groupe*

1. Regrouper les stagiaires par groupes de 3 à 6 personnes
2. Distribuer à chaque groupe un exemplaire de la fiche de travail

En tant que client vous-même, vous comprendrez sans mal pourquoi les clients insatisfaits racontent leurs malheurs au moins à 8 personnes, et environ 20% de ces clients vont en parler à plus de 20 personnes.

3. Demander à chaque groupe de discuter entre eux et ensuite noter les plaintes les plus fréquentes chez leurs clients.

4. Après 10 minutes, discuter ensemble des réponses trouvées par les groupes. Vous pouvez en noter sur le paperboard et ensuite noter les réponses aux deux questions suivantes:

***Q. Quelles sont les façons de traiter les 10 plaintes les plus courantes dans notre activité?***

***Q. Pourquoi est-il important de reconnaître les plaintes des clients, et de faire un effort sincère pour satisfaire le client?***

## **FICHE DE TRAVAIL N°5**

Réfléchir ensemble pour déterminer les causes qui provoquent chez vos clients actuels un sentiment de mécontentement, de déception, d'insatisfaction ou de colère. Noter les 10 plaintes les plus fréquentes dans votre travail.

### **10 PLAINTES LES PLUS COURANTES**

- 1.
- 2.
- 3.

- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.

*En règle générale, le mécontentement des clients est dû à l'un des facteurs suivants:*

- des promesses non tenues*
- un service peu courtois et inefficace*
- des réponses contradictoires des employés*
- le sentiment d'avoir été victime de l'entreprise*
- une information erronée d'un employé*
- les délais et les attentes trop longs*
- une impression d'être traité comme un ignorant, sans importance et dans son tort*
- le sentiment d'être peu respecté, voire méprisé, par le personnel*
- l'intégrité ou l'honnêteté de l'entreprise mise en question*
- des produits défectueux, de mauvaise qualité*

## **DISCUSSION: LES RECLAMATIONS**

*10 minutes*

*Matériel: Paperboard*

1. Toutes les études en la matière concordent à dire qu'environ 96% des clients mécontents ne font jamais part de leur mécontentement à l'entreprise concernée.

***Q. Pourquoi croyez vous qu'il soit dangereux d'avoir une masse de clients mécontents qui ne se plaint pas?***

Les statistiques démontrent qu'environ 91% des clients mécontents ne reviennent pas à l'endroit où ils ont été mal servis ou déçus. Qui plus est, il coûte environ 6 fois plus cher d'attirer un nouveau client que de garder un client existant.

2. Noter sur le paperboard le calcul suivant et demander aux stagiaires de calculer la valeur individuelle du client:

### VALEUR INDIVIDUELLE DU CLIENT

Chiffre d'affaires dépensé par an = \_\_\_\_\_ FF

X

Durée (en nombre d'années) de \_\_\_\_\_ années  
la relation avec ce client

**Valeur cumulative du client** = \_\_\_\_\_ **FF**

Vous pouvez donc chiffrer la perte d'un client, à laquelle vous devez rajouter le coût de recherche de son remplacement.

## **DISCUSSION : AMELIORER VOTRE SERVICE**

*10 minutes*

*Matériel: 1 ex de la fiche de travail N°6 (p. 36) pour chaque stagiaire*

1. Distribuer la fiche de travail N° 6 à chaque stagiaire.
2. Expliquer que ce questionnaire est en deux parties, une partie devant être complétée une fois de retour au travail. Il est conçu pour un entretien avec vos clients afin de savoir ce que vous pouvez

faire pour améliorer vos services. Vous découvrirez peut être des lacunes dans vos prestations et vous découvrirez comment vos clients jugent la qualité de votre service en général.

3. Vous pouvez utiliser ce questionnaire pour améliorer vos techniques de vente. Vos clients seront probablement impressionnés que vous ayez pris le temps de savoir ce qu'ils en pensent et comment améliorer vos services.

## **DISCUSSION: OUVRIR LES VOIES DE LA COMMUNICATION**

*10 minutes*

*Matériel: 1 ex de la fiche de travail N° 7 (p.37) pour chaque stagiaire*

1. Distribuer les fiches de travail N°7 et demander aux stagiaires de compléter l'exercice.
2. Discuter ensemble des réponses possibles qui permettront de diffuser le mécontentement ou la colère du client.

Réponses possibles:

1. « Je suis désolé que vous ayez dû attendre si longtemps. Laissez moi voir ce que je peux faire. »
2. « Voilà une bonne question. Je vais me renseigner pour vous.. »
3. « L'erreur est de notre faute. Je vais voir si je peux vous en trouver dans nos stocks.. »
4. « Je peux comprendre pourquoi vous êtes fâché. Laissez moi vous aider. »
5. « Je suis désolé que vous ne l'ayiez pas encore reçu. Si vous permettez, j'irai me renseigner sur les raisons de ce délai. »

## **FICHE DE TRAVAIL N°6**

*Donnez une note correspondant à votre niveau de service auprès de vos clients, sur une échelle de 1 à 10. Ensuite, téléphonez ou rendez visite à l'un de vos clients et demandez-lui de répondre aux questions ci-dessous pour vous aider à identifier ce que vous pouvez améliorer. Lorsque votre client aura répondu à toutes les questions, demandez lui d'évaluer le niveau de votre service en général, en accordant une note de 1 à 10.*



*Ma propre évaluation (de 1 à 10):* \_\_\_\_\_

*1. Quel service ou quel produit attendez vous de la part de mon entreprise et de moi-même?*

---

---

---

*2. Pourquoi dépendez-vous de mon entreprise et de moi-même pour obtenir ce produit ou ce service?*

---

---

---

*3. Que puis-je faire pour améliorer le service que vous recevez?*

---

---

---

*Evaluation du client ( de 1 à 10):* \_\_\_\_\_

## **FICHE DE TRAVAIL N°7**

*Dès qu'un client signale qu'il a un problème, vous devez aussitôt lui faire savoir que vous reconnaissez l'existence du problème. Cela ne veut pas nécessairement dire que vous avez*

*compris la nature du problème, ni comment le résoudre. Mais en reconnaissant l'existence du problème, vous aiderez à dissiper la colère ou l'hostilité que ressent le client.*

*Prenez quelques minutes pour noter des réponses possibles aux problèmes exprimés par des clients ci-dessous.*

*1. Problème: « J'attends pour payer depuis plus de vingt minutes. Où sont tous vos caissiers? »*

*Réponse:*

---

---

---

*2. Problème: « J'ai réglé cet article le mois dernier. Pourquoi figure-t-il comme dû sur mon relevé de ce mois-ci? »*

*Réponse:*

---

---

---

*3. Problème: « Ce n'est pas ce que j'ai commandé. Quand allez vous corriger cela? »*

*Réponse:*

---

---

---

*4. Problème: « J'ai téléphoné trois fois aujourd'hui et personne ne m'a rappelé. »*

*Réponse:*

---

---

---

*5. Problème: « Vous m'aviez promis la livraison pour aujourd'hui. Je n'ai toujours rien. »*

*Réponse:*

---

---

---

## **EXERCICE 9 MONTRER VOTRE COMPREHENSION**

*10 minutes*

*Matériel: 1 ex de la fiche de travail N°8(p. 39) pour chaque stagiaire*

1. Distribuer les fiches de travail N° 8 à chaque stagiaire.

2. Demander aux stagiaires de remplir la fiche de travail et ensuite discuter les réponses trouvées.

## **EXERCICE 10: QUESTIONNAIRE COMPLEMENTAIRE**

*15 minutes*

**Matériel:** *1 ex du questionnaire complémentaire (p. 40) pour chaque stagiaire*

Ce questionnaire est conçu pour évaluer l'efficacité de cette formation. En comparant les réponses de ce questionnaire avec les connaissances démontrées sur le questionnaire préliminaire, vous pourrez déterminer si les informations présentées lors du stage ont été effectivement transférées.

1. Distribuer le questionnaire complémentaire à chaque stagiaire et laisser leur le temps pour le compléter. Discuter ensuite des questions ci-dessous:

1. Comment définissez vous la qualité de service?

*Les réponses seront variées.*

2. Pourquoi est elle importante?

*Réponses multiples.*

3. Pourquoi est il important de travailler constamment votre connaissance des marchandises?

*Pour pouvoir répondre à toutes les questions des clients, et pour être sûr de pouvoir répondre à leurs besoins.*

4. Quelles sont les façons d'approfondir votre connaissance des marchandises?

*Lire les documentations sur les produits, des journaux spécialisés, ou demander à un chef de service ou à un collègue de vous tenir informé des nouveautés.*

5. Décrivez la façon la plus efficace de surmonter les objections.

*Découvrir les désirs et les besoins spécifiques des clients, et déterminer comment répondre à ces besoins tout en créant une relation de confiance.*

6. Notez trois façons de conclure efficacement.

*Sur le mode de paiement, sur une présomption, sur la livraison, sur un choix, en résumant le besoin, dans l'immédiat.*

7. Notez deux façons de découvrir les besoins de vos clients.

*Poser des questions ouvertes, aider les clients à analyser leur besoins en mettant le produit entre leurs mains pour qu'ils puissent l'examiner.*

## FICHE DE TRAVAIL N° 8

*Pour démontrer votre compréhension du problème, pour rassurer le client que vous l'avez bien écouté, il est souvent utile de répéter ou de paraphraser ce qu'il vient de vous dire. En vous entendant répéter les points clés de son discours, le client appréciera le fait que vous l'avez écouté et que vous l'avez compris son problème.*

*Réfléchir sur les problèmes cités ci-dessous; noter les mots ou des phrases clés et ensuite formuler une réponse qui démontre votre compréhension du problème.*

*1. « On vient de m'informer à la caisse que mon compte chez vous est bloqué pour cause de dépassement. Pourquoi ne m'avez vous pas signalé le problème auparavant? J'ai été très gêné devant tout le monde. »*

*Mots et phrases*

*clés:* \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

*2. « J'ai téléphoné la semaine dernière pour réserver un table ce soir. Je suis avec un client important et j'avais demandé un table bien placé. Or, nous sommes à coté de la cuisine. C'est ce que vous considérez comme un table bien placé? »*

*Mots et phrases*

*clés:* \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

*3. « Notre commande devait être livrée la semaine dernière. Maintenant nous sommes bloqués par rapport à nos engagements et je dois annoncer à mon client que sa commande sera retardée. Je commence à croire que vous n'êtes pas très sérieux chez vous. »*

*Mots et phrases*

*clés:* \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

*4. « Qui s'occupe de la facturation par ici? C'est la deuxième fois en deux mois que vous m'avez trop facturé. Je veux parler au responsable. »*

*Mots et phrases*

*clés:* \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

# **QUESTIONNAIRE COMPLEMENTAIRE**

*Répondre aux questions posées ci-dessous.*

*1. Comment définissez vous la qualité de service?*

*2. Pourquoi est elle importante?*

*3. Pourquoi est il important de travailler constamment votre connaissance des marchandises?*

*4. Quelles sont les façons d'approfondir votre connaissance des marchandises?*

*5. Décrivez la façon la plus efficace de surmonter les objections.*

*6. Notez trois façons de conclure efficacement.*

*7. Notez deux façons de découvrir les besoins de vos clients.*

## LA VIDÉOTHÈQUE D'ENTREPRISE

Qu'est-ce que la vidéothèque d'entreprise ?

La réponse pratique, économique et complète à tous vos besoins en formation, stages, séminaires ou réunions. Réunissant les meilleurs vidéofilms et CD Roms existant sur le marché, avec leurs documents d'accompagnement, la vidéothèque d'entreprise vous propose une sélection hors pair de vidéofilms traitant de tous les thèmes clé de la formation.

### Les cinq thèmes clés de la vidéothèque d'entreprise et les titres correspondant

#### Mieux s'organiser et organiser les autres

- ?? Bonne Question,
- ?? Ce n'est pas une question d'intuition,
- ?? La puissance d'une vision,
- ?? Le Piège du temps,
- ?? Bâtir une équipe,
- ?? Quand le manager devient coach,
- ?? L'équipe mythe ou réalité

#### une ressource

#### Mieux vendre...

- ?? Comment décrocher un marché et comment le conserver,
- ?? La route de la vente,
- ?? Comment faire face aux objections des prix,
- ?? La négociation dans la vente, L'avantage caché,
- ?? Negotraining (CD ROM)

#### permanente à portée de la main

#### Mieux Communiquer

- ?? La Guerre des couleurs,
- ?? Nous sommes tous dans le même bateau, INTERcommuniquer,
- ?? Parler à 1 ou à 1000 personnes,
- ?? Le traitement des conflits,
- ?? A la découverte du futur : Les paradigmes

#### La qualité

- ?? Je n'ai pas de clients,
- ?? La courtoisie au téléphone,
- ?? Halte au ping pong téléphonique,
- ?? Qui a sauvé l'entreprise ?,
- ?? Iso 9000
- ?? Nous sommes tous dans le même bateau,

#### Assurer un service excellent

- ?? Vous vous souvenez de moi ? Les clients mécontents,
- ?? Service et fatigue,
- ?? Les 5 phrases interdites,
- ?? Sélectionner pour servir,
- ?? Encadrer pour servir,
- ?? Le client au cœur

Pour toutes informations concernant le concept de la "Vidéothèque d'entreprise", contacter:

Formavision,  
87-89 Rue des Rosiers,  
Le Mont Valérien, 92500 Rueil Malmaison  
Téléphone : 01 47 08 12 12 Télécopieur : 01 47 08 01 58

Email: [Formavision@easynet.fr](mailto:Formavision@easynet.fr)  
<http://www.formavision.com>