

VENTE ADDITIONNELLE - en boutique sur devis

2 jours 14 heures

Programme de formation

V2.03.07.23

Public visé

Boulangers et employés polyvalents du secteur de la boulangerie pâtisserie.
Accessibilité aux personnes en situation de handicap après entretien avec l'organisme de formation.

Pré-requis

Pas de prérequis.
Matériel requis : téléphone avec connexion internet pour réaliser les émargements, questionnaires numériques dans la cadre de notre démarche qualité.

Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, les participants disposeront d'un socle de compétences en Vente en boulangerie artisanale et seront capables de :

- Maîtriser le langage verbal (mots, intonation, débit, volume et articulation) et le langage non-verbal (posture, gestuelle, regard...)
- Maîtriser la vente complémentaire (ex : proposer une boisson à un client qui a demandé une viennoiserie)
- Maîtriser la vente non-complémentaire (ex : proposer une ficelle apéritif à un client qui a demandé une viennoiserie)
- Maîtriser la montée en gamme (ex : proposer à un client de remplacer l'éclair au chocolat par la tarte de saison aux fraises)

Description / Contenu

JOUR 1

Accueil

Tour de table de présentation et attentes des participants

Evaluation du niveau de début de formation

Les horaires et durées sont donnés à titre indicatif. Le programme de la journée repose sur des mises en situation avec la formatrice et avec les clients. Les mises en situation et leur ordre sont variables selon les opportunités de vente en magasin. Les mises en situation se déroule en trois temps : 1er temps : la formatrice est vendeuse, les stagiaires sont clients

2e temps : les stagiaires sont vendeurs, la formatrice est cliente

3e temps : les stagiaires appliquent les techniques avec les clients

ALTERNANCE DES MISES EN SITUATION

Situation n°1 : un client hésite entre 2 produits.

Attente de la formatrice : que le vendeur accompagne le client dans son choix, si possible vers le produit plus cher en argumentant (exemple : nouveauté, de saison, coup de cœur des clients, spécialité...)



Situation n°2 : un client sait ce qu'il veut.

Attente de la formatrice : tenter de faire remplacer par un produit plus cher de la même famille (exemple : le client veut un éclair chocolat à 2 €, tenter de faire remplacer par une tarte aux fraises de saison à 3,5 €)

Situation n°3 : un client hésite à acheter un produit.

Attente de la formatrice : le vendeur doit convaincre le client de le prendre en argumentant (exemple : édition limitée, produit de saison, coup de cœur des clients, originalité, nouveauté...)

Situation n°4 : un client a choisi ce qu'il veut.

Attente de la formatrice : le vendeur doit tenter de vendre un produit supplémentaire d'une famille différente. (Exemple : le client souhaite un croissant, lui proposer une ficelle apéritive)

Situation n°5 : un client dit « non » avant que l'argument ait été annoncé.

Attente de la formatrice : le vendeur doit avancer l'argument (promotion, spécialité, nouveauté...) subtilement pour tenter de faire changer d'avis et surtout le dire avec une intonation subtile, regarder le client (et non pas le produit)

Situation n°6 : un client habitué prend tout le temps le même produit.

Attente de la formatrice : le vendeur doit le faire changer ses habitudes en vue de générer du chiffre d'affaires. Exemple, le client demande toujours un croissant, tenter de le faire remplacer par la nouvelle viennoiserie qui est plus chère.

Situation n°7 : orchestrer élégamment une dégustation.

Attente de la formatrice : ne pas laisser la corbeille à la portée des clients. La garder vers soi et inviter à déguster (avec une pince). Présenter le produit qui a été dégusté et les produits de la même gamme.

Exemple : un vendeur fait déguster le cake citron, il doit le présenter après l'avoir fait déguster puis présenter le cake chocolat et celui à l'orange.

Situation n°8 : le client vient pour une commande.

Attente de la formatrice : appliquer les mêmes techniques que pour un achat immédiat.

1/ faire remplacer par un produit plus cher : exemple, si le client souhaite commander un flan pour 10, tenter de faire remplacer par la spécialité ou tarte de saison

2/ proposer des produits de familles différentes : exemple, si le client souhaite un flan, lui proposer des baguettes apéritives, du pain pour le repas, des chocolats pour le café...

Bilan avec les participants concernant la 1^e journée

Emargements des présences

Conclusion

JOUR 2

Approfondissement des objectifs de la veille - Augmenter le ticket moyen - Approfondir la communication verbale et non-verbale - Consolider les différentes techniques de vente / arguments pour augmenter le ticket moyen.

Situation n°1 : un client hésite entre 2 produits.

Attente de la formatrice : que le vendeur accompagne le client dans son choix, si possible vers le produit plus cher en argumentant (exemple : nouveauté, de saison, coup de cœur des clients, spécialité...)

Situation n°2 : un client sait à moitié ce qu'il veut.

Attente de la formatrice : présenter ce qu'il veut puis subtilement présenter un produit à meilleure marge en argumentant (exemple : le client souhaite une pâtisserie au chocolat : présenter les pâtisseries au chocolat puis présenter la tarte aux fraises de saison.

Situation n°3 : un client hésite à acheter un produit.

Attente de la formatrice : le vendeur doit convaincre le client de le prendre en argumentant (exemple : édition limitée, produit de saison, coup de cœur des clients, originalité, nouveauté...)

Situation n°4 : un client dit « oui » avant d'avoir présenté le produit le plus cher

Attente de la formatrice : le vendeur doit oser présenter le produit le plus cher bien que le client ait arrêté son choix. (Exemple : un vendeur présente les desserts « nous avons un éclair chocolat » le client coupe en

disant « oui j'en prends un », le vendeur doit rebondir « et je vous recommande la tarte de saison aux fraises ! »

Situation n°5 : un client dit « non » avant que l'argument ait été annoncé.

Attente de la formatrice : le vendeur doit avancer l'argument (promotion, spécialité, nouveauté...) subtilement pour tenter de faire changer d'avis et surtout le dire avec une intonation subtile, regarder le client (et non pas le produit)

Situation n°6 : un client émet qu'il est pressé

Attente de la formatrice : le vendeur doit lui présenter de manière brève le produit de saison. Exemple, le client demande une baguette, le vendeur doit présenter la tarte aux fraises sans que le client ait l'impression d'être resté plus longtemps (subtilité dans le débit rapide mais clair, la gestuelle rapide mais visible pour montrer le produit et peu de mots)

Situation n°7 : orchestrer élégamment une dégustation.

Attente de la formatrice : ne pas laisser la corbeille à la portée des clients. La garder vers soi et inviter à déguster (avec une pince). Présenter le produit qui a été dégusté et les produits de la même gamme.

Exemple : un vendeur fait déguster le cake citron, il doit le présenter après l'avoir fait déguster puis présenter le cake chocolat et celui à l'orange.

Situation n°8 : plusieurs personnes sont dans la boutique

Attente de la formatrice : présenter à plusieurs personnes à la fois un produit en particulier pour gagner du temps

Exemple : présenter la tarte de saison : non seulement il faut regarder tout le monde mais aussi dire à tout le monde que nous nous adressons à eux « mesdames, messieurs, information pour tout le monde... »

Conclusion de la journée et de la formation

Emergences des présences

Questionnaire de satisfaction

Autoévaluation de fin de formation

Modalités pédagogiques

Les moyens pédagogiques utilisés pour la formation sont :

- l'ensemble des outils de vente courante dans un magasin dédié,
- un livret regroupant l'ensemble des documents théoriques avec zones d'annotations.

L'ensemble des apprentissages pratiques est réalisé au sein du magasin de vente en alternant :

- des phases de démonstration assurées par le formateur, que les stagiaires sont invités à reproduire en autonomie ou en binôme,
- des phases de travail personnel où le stagiaire est invité à développer ses propres outils, accompagné par le formateur.

Moyens et supports pédagogiques

Moyens pédagogiques : démonstratif, heuristique et applicatif.

Supports pédagogiques : livret papier remis au stagiaire avec zones d'annotation.

Modalités d'évaluation et de suivi

Sur le temps de formation, des échanges sont organisés pour permettre au formateur de prendre en compte les remarques, propositions et appréciations des stagiaires sur l'action de formation. L'ensemble des mises en situation pratique et des productions lors de la formation permettent un échange sur la qualité produite en fonction des objectifs.

Les moyens mis en place pour déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances ou les compétences professionnelles précisés dans l'objectif sont :

- méthode d'évaluation formative par exercice pratique

- autoévaluation par questionnaire à l'entrée en formation et en fin de formation
- feuilles de présence
- questionnaire de satisfaction.