

## Formation Vendeur conseil en institut de beauté

*Développez votre chiffre d'affaires de + 30 % et plus et augmentez vos marges en maîtrisant les différentes techniques de vente en institut : une formation pour que vos esthéticiennes puissent réussir leurs ventes, sachent présenter leurs produits, argumenter efficacement et conclure de façon gagnante*

**Durée:** 21.00 heures (3.00 jours)

### Profils des apprenants

- Responsable de point de vente, vendeur(se) en point de vente, technico-commercial(e) exerçant en magasin ou point de vente, collaborateur(trice) de petite, moyenne ou grande surface, commerçant(e), personnel en contact avec la clientèle.

### Prérequis

- Aucun

### Accessibilité et délais d'accès

Notre organisme de formation s'engage à répondre en 48h à toute demande d'information relative pour toute formation. Une fois le contact établi, nous envisageons conjointement la date la plus appropriée en fonction de vos besoins et de vos enjeux. Sauf cas particulier, la mise en place de la formation pourra se faire dans le mois suivant votre demande.

### Dispositif spécifique d'accueil des stagiaires

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Les aspects, l'accessibilité et le type de handicap au regard des modalités d'accompagnement pédagogiques sont à évoquer impérativement au cours de l'entretien préalable à toute contractualisation afin de pouvoir orienter ou accompagner au mieux les personnes en situation de handicap.

### Qualité et indicateurs de résultats

Nouveauté 2023

### Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Optimiser l'accueil client, maîtriser la prise de contact, créer un climat convivial
- Optimiser ses attitudes relationnelles, et soigner sa communication verbale et non verbale
- Présenter un produit et être force de proposition avec son client
- Mener un entretien de vente et de négociation en situation de face à face
- Dépasser les objections et conclure une vente avec facilité
- Satisfaire les exigences de la clientèle, fidéliser et réaliser des ventes additionnelles

### Contenu de la formation

- Missions et rôle des vendeuses en institut de beauté
  - Identifier les capacités et aptitudes requises pour la vente en magasin
  - Connaître la politique commerciale de l'entreprise
  - Adapter son attitude et son comportement aux valeurs de l'entreprise
  - Savoir véhiculer l'image de marque
  - La notion de service à la clientèle
  - Instaurer un climat de confiance propice à la vente



- Cerner rapidement les besoins, attentes ainsi que les motivations profondes de la clientèle
- Acquérir les techniques et attitudes gagnantes pour développer ses ventes en magasin
- La phase accueil et prise de contact
  - Identifier les différentes phases de l'accueil
  - L'accueil en 5 points : Sourire, Saluer, Observer, Patienter, Entreprendre
  - L'approche et la prise de contact avec le client
  - La règle des premiers instants : savoir rassurer et faire bonne impression : Les premières secondes Les premiers pas Les premiers mots
- Savoir soigner sa communication verbale
  - La communication verbale : exprimer une idée, un besoin, un désir
  - S'exprimer simplement et clairement au niveau verbal : Ton de la voix Débit et volume de la voix Articulation des mots Rythme, intonation et accent mis sur les mots Les mots à dire et ceux à bannir
  - Utiliser les mots et termes positifs pour la vente
  - Utiliser les mots et phrases clés aux moments opportuns
  - Savoir adapter son vocabulaire esthétique
- Savoir soigner sa communication non verbale
  - La communication non verbale : apprendre à se comporter : Expression du visage Intensité du contact visuel établi Gestuelle et toucher Langage corporel et position
  - Les gestes et attitudes à adopter
  - Utiliser efficacement le non verbal et savoir prendre contact
  - S'exprimer visuellement : tenue, attitude, comportement
- L'approche commerciale sur un point de vente beauté
  - Les différentes étapes d'une vente (accueil, écoute et recherche des besoins, reformulation, proposition et argumentation, répondre aux objections, conclusion de la vente, prise de congés)
  - Savoir présenter son produit ou une offre de prestation
  - Savoir accompagner la cliente de la cabine de soins au rayon des produits cosmétiques
  - Faire une "ordonnance" ou prescription beauté : cibler la solution adaptée aux attentes de la cliente
  - Utiliser le questionnement de manière adaptée
  - Savoir répondre et traiter les objections spécifiques à l'esthétique
  - Véhiculer l'image de marque de son institut et devenir ambassadeur de sa marque
  - Convaincre par les avantages et bénéfices pour le client Rassurer et conforter le client dans son acte d'achat
- Fidélisation et ventes additionnelles
  - Savoir réaliser des ventes additionnelles et développer le panier moyen
  - Savoir fidéliser ses clients pour augmenter la fréquence d'achat
  - Augmenter ses ventes et son chiffre d'affaires grâce au merchandising
  - La mise en valeur de la vitrine de l'institut de beauté
  - Le plan marketing en esthétique, structuré et méthodique : mesurer et comprendre ses forces, ses faiblesses et ses opportunités mesurer la satisfaction et la qualité de vos prestations revisiter la carte de soins et les tarifs planifier des événements (animation dans votre institut ou spa)

## Organisation de la formation

### Équipe pédagogique

Formatrice Marketing Communication & Bureautique

### Moyens pédagogiques et techniques

- Avant la formation : Un questionnaire d'analyses des besoins est transmis aux participants afin que le formateur puisse adapter sa formation aux attentes et aux besoins exprimés. Ce questionnaire permet également l'évaluation des prérequis, et de s'assurer de la bonne adéquation entre les attentes du futur apprenant par rapport au contenu de la formation. Pour les formations individualisées et spécifiques (intra), un audit téléphonique préalable est organisé entre le formateur et le pilote de la formation de notre client. Cet entretien téléphonique permet de déterminer la meilleure approche pédagogique et d'obtenir les informations nécessaires à l'élaboration d'un programme sur-mesure. Dans le cadre d'une formation à distance, un lien de connexion à la plateforme est transmis 24 h avant le début de la formation.



- Pendant la formation : Accueil des participants. Tour de table. Présentation du programme et des objectifs de la formation. Déroulement de la formation avec alternance d'apports théoriques et de cas pratiques (exercices, quizz, QCM, exercices à l'oral...). Un suivi continu de formation et des échanges entre le formateur et les apprenants permettant de mesurer la compréhension et l'assimilation des savoirs et savoir-faire.
- En fin de journée : Un point est effectué sur ce qui a été étudié dans la journée afin de s'assurer que tout a bien été assimilé et de pouvoir éventuellement reprendre certaines parties en fonction des retours des apprenants. Compte rendu journalier oral du formateur après de notre équipe pédagogique.
- En fin de formation : Un questionnaire d'évaluation des acquis permet de mesurer les connaissances acquises pendant la formation et d'établir un niveau d'acquisition (hors parcours certifiant). Une fiche d'évaluation à chaud permet d'avoir un retour sur les conditions de déroulement de la formation et d'évaluer le ressenti et la satisfaction de chaque participant.

#### Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Alternance de théorie et d'exercices
- Mises en situations pratiques orientées "terrain"
- Méthodes pédagogiques sont basées sur les échanges d'expériences, des études de cas, des mises en situation qui permettent à chacun d'analyser ses pratiques, de réfléchir sur les bonnes pratiques à mettre en œuvre
- Préconisation pour la formation : amener un produit de l'institut qui a du mal à se vendre. Annoter des objections rencontrées avec les clients pour en débattre en formation.
- Positionnement : Entretien téléphonique, Questionnaire d'évaluation des attentes, Questionnaire d'évaluation de niveau
- Évaluation : Exercice de synthèse noté, Tour de table, Evaluation des acquis
- Rôle du formateur : Présentation d'un apport théorique, Organisation de jeux de rôles, Évaluation des acquis des participants
- Documents : Manuel pédagogique, Copie du diaporama, Attestation de fin de formation
- Moyens pédagogiques : Vidéo projecteur - Tableaux blancs - Supports de cours