

DP.Training

Savoir accueillir en VIP et maîtriser la vente en Spa

OBJECTIF DE LA FORMATION : Savoir accueillir en VIP en Spa. Maîtriser l'outil téléphonique. Maîtriser l'enchaînement des ventes prestations-produits et produits-prestations afin d'améliorer son panier moyen. Etablir une procédure d'argumentation par produit et par prestation de la marque.

PROFIL DU STAGIAIRE: Responsable de Spa, Adjointe, Thérapeute, Esthéticienne, Hôtesse

NIVEAU DE COMPETENCE DU STAGIAIRE : C.A.P, B.P esthétiques

METHODE PEDAGOGIQUE : Présentation sur vidéo projecteur (power point), animation interactive et participative. Remise en fin de présentation du contenu intégral du module de formation ainsi qu'une check liste des phases et tâches à effectuer pour une mise en application immédiate.

DUREE: 3 jours
(21heures)

PARTICIPANTS: 8 à 15

ANIMATEUR : Dominique Pierson

Formation validée par une attestation de stage

Première et deuxième journée

Présentation

Tour de table

Définition des objectifs pédagogiques

Etat d'esprit de la cliente Spa

Les attentes de la consommatrice en Spa

Le service: un 6ème sens

Comment accueillir en VIP ?

Règles d'or au téléphone

Le langage approprié

Règles d'or face aux clientes

Préparation

Personnel, point de vente, produits

Cabines, fiches cliente, ordonnance beauté

L'accueil de la consommatrice

Le bonjour adapté

Établir un climat de confiance

Orientation

Découverte (recherche des besoins)

Maîtrise des questions:

Ouvertes, fermées, alternatives

de faits, d'opinions, de changement

de ricochet, de retour, de confirmation,

Maîtrise des silences

Savoir déterminer les véritables motivations de votre cliente

Quelle est la quête de la consommatrice en Spa ?

Que vient chercher une cliente dans votre Spa ?

Quels sont les moyens à votre disposition pour obtenir ces informations ?

Question trois C.Q.F.D

Savoir argumenter ses produits et prestations

Quelle est la bonne procédure de vente en Spa?

A quel moment présenter ses offres ?

Comment enchaîner la vente après un soin ?

Comment enchaîner les ventes produits et prestations ?

Avantage et argument

Savoir présenter ses offres

Teasing

Orienté vers l'interlocuteur

Réponses aux objections

Pourquoi une objection?

Que faire face à l'objection?

Conclusion de la vente

Les conditions pour conclure

Les feux verts

Conclusion active

Validation gestuelle

Conclusion de la visite

Conforter la vente

Rassurer la cliente

Mieux fidéliser

Rappel des prestations

Visite des lieux

Carte de fidélité

Abonnements

Troisième journée

Jeux de rôle sur les différentes phases

de l'accueil, de la vente et de l'enchaînement des ventes

Débrief par les participants puis par l'animateur