



LUXURY PARTNER ACADEMY

ANIMATION COMMERCIALE ET CONSEIL DE VENTE DE PRODUITS DE LUXE A UNE CLIENTELE LOCALE ET INTERNATIONALE

Durée : 3 jours (21h)
+ coaching à distance post formation

Référence : 122

Prix inter, intra ou classe à distance : 1 750,00 € HT
Forfait repas à Paris : 57.00 € HT
Forfait repas dans les autres villes : 51.00 € HT

OBJECTIFS DE LA FORMATION

L'animation commerciale et le conseil de vente de produits de luxe (parfumerie, joaillerie, horlogerie, maroquinerie, habillement, etc.) requièrent des compétences spécifiques afin d'assurer la promotion de la marque représentée, de développer son chiffre d'affaires et de réaliser les objectifs de vente attendus auprès d'une clientèle locale et internationale.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Représenter, promouvoir et vendre la marque et son image.
- Aménager et occuper l'espace sur le point de vente.
- Respecter et appliquer les codes de la marque, de l'enseigne, des différentes natures et cultures de clients.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Concevoir son plan d'action commerciale et son argumentaire de vente.
- Appliquer les règles de merchandising de la marque.
- Agencer sa gamme de produits.
- Construire un linéaire et se positionner stratégiquement sur le point de vente.
- Localiser les enseignes et les offres concurrentes de sa zone de chalandise.
- Inventorier quotidiennement les états de stock et quantifier le volume des rotations produits.
- Respecter les règles de confidentialité et de déontologie professionnelle de l'enseigne, de la marque et de l'agence.
- Adapter sa posture, ses attitudes, sa communication verbale à la nationalité de son client.

A QUI S'ADRESSE LA FORMATION

La formation est ouverte aux étudiants, aux salariés et/ou demandeurs d'emploi désirant se reconvertir dans la vente spécialisée dans le domaine du luxe.

PRÉ REQUIS

- Être titulaire d'un des diplômes d'esthétique - cosmétique - parfumerie (CAP, BP, Bac professionnel, BTS) obtenus par la formation initiale, la formation continue ou la validation des acquis de l'expérience.
- Ou être Titulaire d'un diplôme de vente ou commercial (CAP, BEP, BAC PRO VENTE, BTS MUC).
- Ou, pour les personnes non titulaires d'un des diplômes précités, avoir une expérience professionnelle d'au moins un an dans un poste d'animation commerciale ou de conseil de vente dans l'environnement du retail de luxe ou travel retail en zone de tourisme international ou duty free.
- Et être reçu à l'entretien préalable de sélection.

PARTIE 1 : SAVOIR ÊTRE : CAPACITÉ A PRODUIRE DES ACTIONS ET DES RÉACTIONS ADAPTÉES À L'ENVIRONNEMENT HUMAIN ET ADOPTER LES COMPORTEMENTS ET ATTITUDES ATTENDUS DANS UNE SITUATION DONNÉE.

A- DÉFINITION, CADRE ET 4 COULEURS (ÉTUDE DES PROFILS)

- Optimisation de la communication interpersonnelle et ses capacités relationnelles
- Communication verbale et non verbale
- Profil 4 couleurs

B- GESTION DES ÉMOTIONS

- Cas pratiques des différentes situations

C- DE LA PERCEPTION POSITIVE : " ON NE VEND BIEN QUE CE QUE L'ON AIME"

D- LES 4 AS : DÉFINITION ET APPLICATION

- Appartenance
- Adaptation
- Assertivité
- Analyse

E- CAS PRATIQUES AVEC ÉVALUATION INDIVIDUELLE

F- CONCLUSION

PARTIE 2 : SAVOIR FAIRE : ACQUÉRIR ET RENFORCER LES COMPÉTENCES OPÉRATIONNELLES NÉCESSAIRES A L'ACCOMPLISSEMENT DU MÉTIER D'ANIMATEUR (RICE) COMMERCIAL(E) EN PARFUMERIE SELECTIVE

A- CONTEXTE

- Rappel du savoir être
- Définition et contextualisation
 - Qu'est-ce que le luxe ?
 - Les codes relatifs au domaine du luxe
 - Définition des mots clés : élégance, sophistication, rareté ... cas pratiques
 - Pourquoi inscrire la différence dans la vente "LUXE" vs autres circuits de distribution
- Incarner le luxe

B- LES TECHNIQUES DE VENTES

- Historique
- Les 10 techniques de la ventes détaillées
- "Vendre devient servir" : Définition et cas pratiques
- Focus sur les 4 majeures :
 - Surprendre
 - Ecouter
 - Convaincre
 - Fidéliser
- Création d'une cérémonie de vente
- Rituels de vente :
 - Découvrir
 - Démontrer
 - Appliquer

C- CAS PRATIQUES AVEC ÉVALUATION INDIVIDUELLE

D- CONCLUSION

PARTIE 3 : VENTE INTERCULTURELLE – S’ADAPTER AU PROFIL DU CONSOMMATEUR EN FONCTION DE SA CULTURE ET DE SA PROVENANCE

A- OBJECTIFS : CRÉER, PERSONNALISER ET S'ADAPTER AU BESOIN DU MARCHÉ

- Définition et contexte
- Découverte du ÇA et du MOI : Cas pratiques
- Identifier les différents modes de communication
- Messages verbaux et non verbaux
- Techniques de vente (savoir-faire)
- Contexte opérationnel => Sell-out par axe/Marque/références

B- COMMENT : ADAPTER LES TECHNIQUES DE VENTES À CHAQUE TYPE DE CONSOMMATEUR IDENTIFIÉ :

- L'Anglo Saxon (Anglais, Australien...)
- L'Asiatique
- L'Américain
- L'Africain
- Le Moyen Oriental
- L'Européen et ses nombreuses disparités : L'Allemand, le Russe, le Français

C- CAS PRATIQUES AVEC ÉVALUATION INDIVIDUELLE

D- CONCLUSION

POINT FORT DE LA FORMATION

Ce cycle de formation est le seul cycle complet permettant d'intégrer le métier d'animation commerciale et de conseil de vente de produits de luxe à une clientèle de marché local et international.
Le + un suivi par une coach certifiée après la formation

TITRES ET QUALITÉS DE L'INTERVENANTE

Nos intervenantes sont des professionnelles ou d'anciennes professionnelles du secteur du luxe et/ou de la vente de produits de luxe.

Elles sont titulaires d'une certification professionnelle dans les domaines du conseil et/ou de la vente ainsi que dans le développement des compétences.

POUR TOUTE RÉCLAMATION

Pour toute réclamation vous pouvez utiliser le formulaire de contact sur le site web

<http://www.luxurypartnergroup.fr/pages/contact.php#contact>