

# EVALUATION D'UN CONSEILLER DE VENTE

## Habilité de communication

	Novice	débrouillé	Averti	Expert
<b>Communication orale</b> ( <i>élocution fluide, clarté des propos...</i> )	Peu ou pas de courtoisie et de dynamisme  essaie de s'exprimer de façon soutenue avec quelques mots familiers ou vulgaires  Débit de la voix lent irrégulier	respecte les principes essentiels de la courtoisie manque quelques peu de dynamisme dans sa relation  Langage soutenu avec manque d'aisance  Ton monotone irrégulier ou trop rapide	Très courtoise dynamique  Langage soutenu naturel et la possibilité d'employer des termes techniques  Ton vivant avec un débit normal ou légèrement rapide	Très courtois dynamique qui fait preuve d'empathie  Adapter son registre de langage à la nature de la relation  Ton vivant et débit adapté
<b>communication visuelle</b> ( <i>position du corps, mouvements, attitudes, ...</i> )	Tenue vestimentaire adaptée à l'espace de vente manque de propreté ou un élément est manquant ou tenue négligée  Le sourire est forcé et a du mal à garder le regard du client ou ne le regarde pas  Gestuelle totalement fermée bras et jambes  Ne fait pas appel au numérique sans une demande extérieure ou refuse l'outil	Tenue vestimentaire adaptée à l'environnement avec un manque d'aisance  Regard naturel avec quelques difficultés à garder le sourire  Gestuelle fermée au niveau des bras  Ne fait pas assez appel au numérique et gère difficilement l'omnicanalité	Tenue vestimentaire adaptée à l'environnement avec conseils (haut-bas-chaussure)  Sourire et regard naturel  Gestuelle ouverte avec un léger manque de naturel  C'est faire appel au numérique mais uniquement pour répondre à des questions	Tenue vestimentaire adaptée à l'environnement en autonomie  Sourire naturel et visage expressif  Gestuelle adaptée à la relation en face à face de façon naturelle  Intègre naturellement le numérique dans la relation client magasin

## Accueil et prise de contact

	Novice	débrouillé	Averti	Expert
<b>Disponibilité</b>	Présence d'un vendeur statique ou qui discute avec un autre vendeur ou vendeur absent	Le vendeur est en action et identifie le client d'un regard quand il rentre.	Le vendeur est en action. Il identifie le client par un regard un sourire et un bonjour	Le vendeur est en mesure de faire un bonjour personnalisé en fonction de la situation.  Il occupe l'espace de façon optimale
<b>Prise de contact</b>	Attend que le client vienne vers lui  Ne va pas ou saute sur le client quand il entre	Va vers le client avec des hésitations  Ne laisse pas de temps au client pour découvrir le magasin  Propose ses services par une question fermée.	Va vers le client de façon naturelle mais maladroite ou trop rapide  Attend avant de prendre contact  Fait un phrase standard laissant une ouverture de communication	Va vers le client naturellement en se rendant visible;  Capable de ressentir le moment idéal de la prise de contact (changement de comportement)  Adapte son accroche à la situation rencontrée

## Identification des besoins

	Novice	débrouillé	Averti	Expert
<b>Questionnement</b>	<p>Il pose au maximum trois questions dont des fermées ou alternatives</p> <p>N'écoute guère le client car se concentre sur le produit qu'il souhaite vendre</p> <p>Passe peu de temps au questionnement.</p> <p>Ne s'intéresse pas au parcours du client</p> <p>Ne traite pas la question du budget</p>	<p>Pose au moins trois questions ouvertes orientées sur la sélection d'un produit</p> <p>L'écoute n'est pas totale car trop focalisé sur le choix du produit</p> <p>Le questionnement est trop rapide</p> <p>Pose plusieurs questions orientées uniquement sur le choix du produit en magasin</p> <p>Gère le budget que si le client en parle</p>	<p>Pose plus de trois questions ouvertes mieux pour connaître le client et ses besoins.</p> <p>L'écoute est active mais des éléments ne sont pas retenus</p> <p>Le questionnement est complet pour cerner les besoins du client</p> <p>Pose des questions sur le parcours d'achat du client</p> <p>Pose la question du budget pour bien cerner les possibilités du client</p>	<p>Pose des questions rebonds permettant au client de développer ses attentes</p> <p>Créer la confiance en écoutant le client Mettre en valeur le client (dire du bien)</p> <p>Passe le temps nécessaire à la connaissance du client</p> <p>s'intéresse à la vie du client et de le classer dans son parcours omnicanal</p> <p>Etudier le client (comportement, attitude tenue.)</p> <p>Gère la question du budget intelligemment en reformulant positivement Pose des questions ouvertes</p>
<b>Reformulation</b>	Ne reformule pas et propose directement le produit	La reformulation n'est pas systématique ou est hésitante	Reformule avec une phrase " si j'ai bien compris"	Reformule les attentes du client de façon naturelle

## Argumentation

	Novice	débrouillé	Averti	Expert
<b>Présentation du produit</b>	<p>Ne connaît pas ou trop peu la base du produit</p> <p>N'utilise pas la preuve</p> <p>Ne dit rien ou Présente mécaniquement des caractéristiques</p> <p>-</p>	<p>Connaît l'ensemble des caractéristiques techniques du produit</p> <p>Utile quasiment pas la preuve</p> <p>Il met en avant le produit sans tenir compte du client</p> <p>-</p>	<p>Commence à mettre en place une connaissance des usages</p> <p>Utilise partiellement la preuve</p> <p>Tient compte de l'usage du client pour mettre en valeur le produit</p> <p>Ne traite la vente en ligne que si le client en parle</p>	<p>Connaît les caractéristiques et les usages du produit.</p> <p>Utilise la technique du CAP</p> <p>permet au client de s'imaginer avec le produit ( donne des exemples, créer des histoires)</p> <p>Capable de faire le lien avec la vente en ligne</p>
<b>Adhésion du client</b>				Utilise la démonstration (faire toucher, manipuler, essayer, une vidéo utilisation)

## Adaptation du produit au client

	Novice	débrouillé	Averti	Expert
<b>traitement de l'objection</b>	<p>dit "non" à un client</p> <p>Ne peut pas répondre à certaines questions et demande de l'aide</p> <p>Dit je ne sais pas sans essayer d'apporter une solution</p>	<p>répond de façon naturelle à l'objection sans réfléchir</p> <p>Traite toute les questions de façon mécanique</p>	<p>Analyse l'objection avant de construire une réponse</p> <p>Ecoute le client mais a des difficultés à identifier une objection prétexte</p>	<p>Ne contredit pas le client.</p> <p>Fait preuve d'empathie ( se met à sa place) ... " je vous comprend"</p> <p>Écoute le client et comprend la nature de l'objection et est capable de terminer l'entretien en ouvrant des possibilités omnicanales</p> <p>Amène le client à dépasser ses craintes</p>
<b>Obtention de l'accord produit</b>	<p>Attend que le client parte avec le produit vers la caisse</p>	<p>Il demande au client s'il souhaite bien l'acheter</p>	<p>Commence a mettre des stratégies d'accord non verbal</p>	<p>Capable de saisir le moment où le client ne parle plus.</p> <p>Propose des services après la vente ou parle des moyens de paiement</p> <p>Aborde les ventes supplémentaires (produits ou services)</p>

## Finalisation de la vente

	Novice	débrouillé	Averti	Expert
<b>Obtention de l'accord final</b>	<p>Ne recherche pas l'accord</p> <p>Attend l'accord du client</p>	<p>Répond aux objections sur le prix (/ * - +) de façon adaptée au client et au produit.</p>	<p>Répond aux objections sur le prix (/ * - +) de façon adaptée au client et au produit.</p> <p>Félicite et rassure le client pour son achat</p>	<p>Répond aux objections sur le prix (/ * - +) de façon adaptée au client et au produit.</p> <p>Il est capable de connaître le stock magasin et les disponibilités en ligne</p> <p>Propose des parcours omnicanaux différents pour garantir la vente</p> <p>Félicite et rassure le client pour son achat</p>
<b>ventes supplémentaires et fidélisation</b>	<p>Ne propose pas ou trop peu de vente complémentaire</p> <p>Ne parle pas de fidélisation</p> <p>ni merci ni aurevoir ou seulement 1 seul</p>	<p>Propose mécaniquement une vente complémentaire</p> <p>Demande au client s'il a une carte de fidélité</p> <p>Remercie et dit au revoir de façon mécanique</p>	<p>Proposer un produit complémentaire adapté à l'usage du client</p> <p>Propose la carte de fidélité</p> <p>Remercie et dit au revoir de façon naturelle</p>	<p>Montrer au client qu'en achetant un petit peu plus il peut avoir plus de satisfaction de son besoin</p> <p>Met en valeur la carte de fidélité pour le client et propose les accès numériques pour une fidélisation omnicanale</p> <p>Remercie et dit au revoir de façon personnalisé</p>