

Module : Vendre et Conseiller en magasin

La prise de congé

En fin d'entretien de vente, la **prise de congé** est essentielle pour la consolidation de la relation client, que la **conclusion de la vente** ait réussi ou échoué. Que le client achète ou qu'il demande simplement un renseignement, la prise de congé est incontournable et ne doit pas être bâclée. Vous ne pouvez pas laisser un client sur le côté car vous pensez qu'il n'est pas là pour acheter par exemple.

C'est au vendeur que revient l'initiative de la prise de congé. Mais il faut savoir doser, ne pas brusquer le client. Vous devez avoir le souci de mettre en place la relation future avec votre interlocuteur, en suivant les étapes de la prise de congé et en adoptant un comportement adéquat.

La prise de congé doit laisser une bonne impression, afin que d'autres entretiens de vente puissent encore se réaliser.

Il ne faut pas oublier qu'un client n'est jamais totalement gagné ni totalement perdu !

La confiance qui s'est installée au fur et à mesure des étapes de l'entretien de vente doit perdurer même quand le client a payé et que le moment est venu de se quitter.

Pour ce faire, vous pouvez utiliser les 4 R :

- [Rassurer](#)
- [Remercier](#)
- [Raccompagner](#)
- [Revoir](#)

Prise de congé : dernière impression laissée au client par le vendeur et le point de vente.

Pourquoi soigner la prise de congé ?	Comment prendre congé ?
Pour rassurer le client.	Donner des conseils d'utilisation et d'entretien; féliciter le client pour son choix.
Pour l'inciter à revenir	Maintenir un climat favorable jusqu'au départ du client.

1- Communiquer

En cas de vente, vous devez remercier le client de son accueil, de sa confiance... mais pas de sa commande !

Vous pouvez en revanche le féliciter de sa décision.

Rappelez-lui votre disponibilité, votre engagement afin de pérenniser votre relation.

Mais attention : sachez maîtriser votre satisfaction d'avoir remporté l'affaire ! Il s'agit de ne pas paraître présomptueux ou arrogant...

- Pas d'empressement
- Pas de changement d'attitude
- Pas de nervosité même si le temps presse

En cas de non-vente, remerciez le client du temps qu'il vous a accordé, comprenez son choix (même si vous le regrettez).

Enfin, veillez à rester souriant et maîtrisez votre déception d'avoir perdu... Le **SBAM** est utilisé tout au long de cette étape : Sourire, Aurevoir, Merci.

2- Préparer la prochaine visite

Il faut avant tout montrer que vous restez à la disposition du client, par exemple en lui remettant votre carte de visite, une brochure, un flyer ou encore les coordonnées de votre site internet, vos réseaux.



Envisagez un prochain rendez-vous téléphonique, ou une nouvelle visite (à noter).

Vous pouvez aussi, en cas de non-vente, jeter les bases d'une relance, proposer d'informer le client lors des prochains arrivages par exemple.

3- Prendre effectivement congé

Evitez les bavardages inutiles...mais partez sans précipitation !

Il s'agit de clore le rendez-vous en développant une **relation privilégiée**.

Par exemple, il est de bon ton, pour un vendeur, de s'enquérir, quelques jours après la vente, de ce que pense le client de son achat : respect des délais de livraison, difficultés d'installation ou d'apprentissage.

Pour le commercial, c'est l'occasion de renforcer la qualité de la relation vendeur-client... et de vendre un service complémentaire !

Car rappelez-vous, la prise de congé est la dernière étape de la vente mais une étape importante pour la **fidélisation**.

En résumé, la prise de congé idéale :

- **Consolide l'ambiance et l'image de la vente en aménageant un temps après la conclusion pour parler de choses autres que la vente, autour des centres d'intérêt du client**
- **Laisse au client l'initiative de la prise de congé (même si elle est dirigée évidemment par le vendeur)**
- **Le vendeur aide le client à porter son achat, dans une démarche qualitative**
- **Rassure le client sur l'excellence de son choix et sur la satisfaction qu'il retirera de la satisfaction du produit.**

4- La règle des 3P

Mémorisez la règle des 3P :

- **Paquet** : proposez un paquet cadeau ou/et un sac
- **Paiement** : enregistrez le paiement
- **Petit mot sympa** : Ne dites pas seulement : "Au revoir." mais ajoutez : "... Madame, au revoir, Monsieur, j'espère que cet article vous donnera entière satisfaction, je vous souhaite de passer une bonne fin d'après-midi." Raccompagnez votre client jusqu'à la porte du magasin (pour les petits magasins).

5- Vidéos à visionner sur la prise de congé

<https://www.youtube.com/watch?v=zh3PUD9VWWg>

On revient également sur la fidélisation...

La prise de congé, étant la dernière étape de la vente, celle qui laisse la dernière impression, favorise la fidélisation. Comme nous l'avons vu tout au long des étapes de l'entretien de vente, la relation créée avec le client incitera celui-ci à fréquenter régulièrement ou non le point de vente.

Fidélisez votre client :

- Cliente : "Ce manteau me plaît beaucoup, mais ce mois-ci, mon budget ne me permet pas d'effectuer cette dépense."
- Ne dites pas seulement : "Prenez la carte "Printemps"".
- Mais ajoutez : "...avec la carte "Printemps", vous réglez le montant de vos achats comme vous le désirez, au comptant à la fin du mois ou en plusieurs mois. Vous bénéficiez des offres spéciales, informations sur les nouvelles collections... ; elle est gratuite et vous pouvez l'obtenir dès aujourd'hui auprès de notre service des comptes."

Les techniques de fidélisation :

Il existe des techniques particulières pour fidéliser un client. Mais avant tout la fidélisation c'est :

- Un accueil chaleureux et professionnel
- Une découverte des besoins qui démontre que l'on s'intéresse vraiment au client
- Des conseils personnalisés et judicieux
- Et bien entendu une prise de congé qui donne au client l'envie de revenir

Vous le savez et on ne le répètera jamais assez, la fidélisation ne passe pas uniquement pas la proposition d'une carte de fidélité ou l'enregistrement des coordonnées du client dans une base de données. Elle passe essentiellement par VOUS.

La proposition de service

La plupart des enseignes nationales misent sur le développement de nouveaux services pour préserver leur part de marché et conquérir de nouveaux clients. Peu connues, et parfois inattendues, ces nouveaux services ont besoin du bouche à oreille pour se développer.

Les hôte(sse)s de caisse, d'accueil et vendeurs en sont le premier vecteur. Chaque client doit passer par la ligne de caisse dès le moment où il réalise un achat, et rencontre donc systématiquement un hôte ou une hôtesse. En fonction de ses achats ou de ses besoins exprimés, il sera facile de proposer ou d'informer le client des services proposés par l'enseigne.

La carte de fidélité

LA CARTE DE FIDÉLITÉ

Principe :

Distribution d'une carte, identifiée ou non, à des clients leur permettant d'obtenir certains avantages (fonction de paiement/crédit, cumul de points pour des avantages ultérieurs, cadeaux, réductions, envoi de catalogue, accès privilégié à certains services, assurance personnelle/produit, assistance technique/juridique...).

Comment la placer ?

1ère façon : en l'offrant (si elle est gratuite)

"Permettez moi Madame de vous offrir notre carte de fidélité : elle vous permet notamment de ..."

2ème façon (carte gratuite ou payante)

" Madame, est ce que cela vous intéresse d'économiser 10 % lors de votre prochain passage dans notre magasin ? ...je vous propose notre carte de fidélité qui vous permet de.... et en plus elle est gratuite !" ...
ou même accroche mais en terminant par " et elle ne coute que 10 € remboursé dès votre prochain achat !" ... "Qu'en pensez-vous madame ?"

A éviter ... mais trop souvent entendu dans les magasins : "Vous voulez la carte de fidélité ? c'est gratuit."

A coup sûr cette carte terminera dans un porte-cartes, perdue et oubliée au milieu de dizaines d'autres cartes de fidélité proposées de la même façon !

L'objectif est bien sûr que le client revienne dans votre magasin pour profiter des avantages de sa carte....
mais aussi parceque
VOUS
vous l'avez séduit !

Cours du 05/01/2021

Aurélien REY, formatrice vente