

ACCUEIL, TECHNIQUES DE VENTE

Analyse comportementale du consommateur dans un restaurant

Objectifs : Nos clients sont ils tous les mêmes, face à une situation donnée quelles sont leurs réactions quasi-communes, comment les connaître et en tirer le meilleur profit pour ces derniers et votre entreprise ? C'est à ces questions que vous propose de répondre cette formation, en regardant vos clients d'une manière un peu plus soutenue mais tellement différente, vous vous sentirez plus à l'aise dans un métier difficile et comprendrez mieux les attentes sous-jacentes des clients. Sûr qu'après avoir appliqué les principes de base acquis durant cette session les trois parties prenantes de l'acte commercial du restaurant seront comblées, à savoir les clients, les employeurs et les employés. A l'issue de la formation le stagiaire sera en capacité de pouvoir mieux observer et prévoir les réactions de la clientèle, dans le but de mieux satisfaire le client et de mieux vendre.	<u>Personnes concernées :</u> Directeurs de restaurants, maître d'hôtels, chef de rang, « staff-trainer ». Pré requis : Aucun.		
PROGRAMME	PEDAGOGIE		
✎ Faire parvenir une information au consommateur ✚ Les prix « psychologiques » ▶ Le chiffre 9 est-il magique ? Son influence, l'orientation des choix. ▶ Quelle est la perception de la qualité chez vos clients ? ✚ Les réactions automatiques et inconscientes ▶ Amorçage sémantique et comportemental ✚ Plaire et persuader ▶ L'effet strip-tease ▶ De l'importance du flyer sur la décision d'achat ▶ La mémorisation publicitaire ✚ L'influence du verbal sur le comportement d'achat du client ▶ L'aide du nom ou du label à l'achat ▶ La « liberté » et le comportement d'achat ▶ L'effet rareté ✎ L'importance de l'environnement sur le choix du consommateur ✚ L'ambiance sonore et le client ▶ De l'influence de l'ambiance sonore sur la consommation ▶ De l'influence de l'ambiance sonore sur les choix ▶ De l'influence de l'ambiance sonore sur les comportements ✚ Les odeurs et les comportements face à la clientèle. ▶ L'importance d'une odeur sur le comportement du client ▶ L'importance d'une odeur sur le choix d'un client ✚ Les couleurs, lumières, leurs influences face à un client ✎ Le pouvoir de vendre et l'influence auprès des clients ✚ Les différentes techniques ✚ De l'influence du non-verbal ✚ Les caractéristiques du vendeur et son auto-influence	Le Formateur Spécialiste de l'accueil et de la vente en Restauration. Moyens et pédagogie  Alternance de partage d'expérience, d'apports théoriques, d'ateliers pratiques et de mises en situation.  <u>Intra entreprise France entière et International.</u> Tarif inter par personne <table><tr><td>2 jours</td></tr><tr><td>1 050 €</td></tr></table> Réf : HR119	2 jours	1 050 €
2 jours			
1 050 €			

Organisme de formation PROFORMALYS – Formation Hôtellerie - Restauration