



Guide du formateur

Séquence 1 : Introduction de l'approche

Outil : diaporama





Guide du formateur

Séquence 1 : Introduction de l'approche

Outil : diaporama

Commentaires

Le **marché cosmétique** devient de plus en plus concurrentiel en raison de l'introduction de produits révolutionnaires, de présentations créatives, d'outils de diagnostic high-tech et de la personnalisation des services...

Vous, conseillères beauté, et vos clientes êtes souvent éblouies par la couverture médiatique accordée aux produits de beauté et par des lancements produit de plus en plus séduisants.

Vos clientes sont désormais plus conscientes de leurs besoins et des technologies existantes. Elles deviennent donc toujours plus exigeantes et difficiles à satisfaire.

Vous vous demandez peut-être : « Pourquoi une nouvelle approche de la vente ? ».

Chez Helena Rubinstein, nous introduisons aujourd'hui une approche commerciale fondée sur notre expérience de la vente, assortie de conseils pratiques et d'astuces ainsi que de formules d'accueil, de comportements accrocheurs et d'une méthode d'enchaînement de vente, mais notre objectif va beaucoup plus loin que la simple fourniture d'outils commerciaux : vous allez découvrir une approche globale du cycle de vente qui repose sur plus d'un siècle d'expertise en cosmétique haut de gamme.

L'APPROCHE DE VENTE HR



Le parti pris d'offrir aux femmes les plus exigeantes une EXPÉRIENCE BEAUTÉ INOUBLIABLE SIGNÉE HR



LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 1 : Introduction de l'approche

Outil : diaporama

Commentaires

Quelle est la réponse HR sur votre Point de Vente ?

D'abord, la tradition. Grâce à l'héritage de notre fondatrice Helena Rubinstein, à une tradition impressionnante et à plus d'un siècle de présence sur le marché cosmétique, vous avez la possibilité de partager avec vos clientes certaines valeurs intemporelles qui ont déjà fait leur preuve et réussi à fidéliser la clientèle.

Ensuite, **l'avenir.** A la pointe de la **SCIENCE** et de la **TECHNOLOGIE**, notre marque est en mesure de proposer les formules les plus concentrées qui offrent **les résultats les plus radicaux sur les signes de l'âge.** La marque s'est donné la plus ambitieuse des missions : « **COMBATTRE LES SIGNES DE L'ÂGE DE MANIÈRE ÉBLOUISSANTE** ». Cela doit transparaître de façon évidente dans votre comportement commercial.

Enfin, **le glamour.** Enchanter vos clientes avec l'univers merveilleux créé par l'environnement HR, avec des packs, des textures et des inspirations uniques. **Donnez à votre clientèle l'impression de vivre une Expérience de Luxe Unique, conçue pour les femmes les plus exigeantes du monde.**

Commentaires

Notre approche commerciale est globale, orientée sur les ventes et parfaitement conforme avec l'héritage d'Helena Rubinstein.

Si vous êtes une Conseillère Beauté récemment recrutée, vous avez la possibilité d'être formée à une Approche Commerciale Globale de la Beauté. Il s'agit d'une approche intemporelle issue de nombreuses années de succès.

Si vous êtes une Conseillère Beauté expérimentée, c'est l'occasion de renforcer votre propre expérience de la vente en utilisant l'approche commerciale HR comme un outil complémentaire et un moyen d'enrichir votre propre approche professionnelle.

Voici les éléments clés qui rendent l'Approche HR de la Vente et du Service aussi unique :

- **Diagnostic personnalisé** : l'un des éléments les plus importants de l'héritage Helena Rubinstein.
- Un diagnostic fondé sur une **écoute active** qui se concentre sur les besoins de nos clientes et tire parti d'un outil performant : le miroir.
- **Gestes Expert Beauté** : votre cliente doit avoir l'impression de vivre une Expérience de Luxe Unique. C'est ce qu'elle attend quand elle effectue des achats chez vous. Chez HR, nous ne vendons pas des produits, nous partageons des expériences.
- **Prescription Beauté Globale** : Traiter et Sublimer. Chez HR, nous sommes à la disposition de la cliente pour lui proposer une solution à long terme adaptée à sa peau, mais aussi pour révéler immédiatement sa beauté.



Guide du formateur

Séquence 1 : Introduction de l'approche

Outil : diaporama

Commentaires

Passez en revue les valeurs HR clés avec les participantes :

La marque HR a été créée par une femme visionnaire, une pionnière qui était à la fois une scientifique et une esthète. Depuis 1902, Helena Rubinstein ne cesse de réinventer l'univers de la beauté en lançant des produits révolutionnaires issus d'une vision unique qui conjugue avant-garde, science et audace.

HR est une marque qui s'adresse aux femmes les plus exigeantes et en quête de performances cosmétiques qui confinent à la médecine esthétique sans en présenter les inconvénients.

Des femmes qui exigent les plus hautes performances et les ingrédients actifs les plus concentrés.

Des femmes qui adoptent des textures exceptionnelles pour leur sensualité « addictive ».

Des femmes qui attendent des résultats immédiatement visibles et mesurables à long terme.



Guide du formateur

Séquence 1 : Introduction de l'approche

Outil : diaporama / interaction



Guide du formateur

Séquence 1 : Introduction de l'Approche

Outil : diaporama

Commentaires

La collaboration entre LaClinic Montreux et Helena Rubinstein représente tout ce qu'il y a d'unique chez HR.

Nous sommes la seule marque sélective à avoir conclu un partenariat aussi emblématique.

Initiateur de la cosmétique anti-âge d'avant-garde, pionnier de la création de soins d'inspiration clinique, la marque Helena Rubinstein franchit aujourd'hui un nouveau cap dans sa quête de l'excellence cosmétique en devenant partenaire de LA CLINIC MONTREUX : une alliance sans précédent entre deux experts de l'anti-âge.

Et une première pour une marque cosmétique !

LaClinic Montreux est aujourd'hui sans aucun doute l'une des cliniques les plus prestigieuses du monde. Des spécialistes hautement qualifiés et reconnus y travaillent en unissant art et science pour obtenir des résultats spectaculaires.

Dans ce lieu d'exception où l'on accorde autant d'importance à la perfection médicale qu'à l'approche artistique, mais où la chirurgie n'est envisagée qu'en dernier recours, toutes les spécialités esthétiques médicales et paramédicales sont représentées :

- Un institut de beauté, un centre de médecine esthétique : traitement anti-rides par injections, liftings non chirurgicaux, photo-rajeunissement au laser ou par lampe flash, peelings, dermabrasions, raffermisssement cutané au laser, clinique dentaire...

- Et un service de chirurgie plastique, reconstructrice et esthétique à la pointe de la technologie.

HR ET LA CLINIC MONTREUX : UN PARTENARIAT RÉVOLUTIONNAIRE POUR REPRODUIRE AVEC PRÉCISION LE PROTOCOLE MÉSOLIFT DISPENSÉ À LA CLINIC MONTREUX

Le MÉSOLIFT est la 1^{ère} procédure de médecine esthétique recommandée par l'univers médical pour revitaliser la peau des femmes et révéler l'éclat de leur jeunesse. Elle est particulièrement adaptée pour préserver la qualité de la peau quand le teint commence à paraître terne et fatigué.

Elle implique la diffusion en mini-doses d'une sélection revitalisante de facteurs anti-âge juste sous la surface de la peau.

Ces injections superficielles assurent un lifting instantanément lissant doublé de résultats en termes d'éclat : elles estompent immédiatement les signes de fatigue, illuminent le teint et redonnent sa tonicité à la peau.

L'EXPÉRIENCE DE LA MARQUE HR



HR, des soins cosmétiques
prodigieux et performants pour les
femmes les plus exigeantes :
hautes concentrations d'ingrédients
stars pour le meilleur avant la
médecine esthétique



LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 1 : Introduction de l'approche

Outil : diaporama

Commentaires

Résumez la marque HR en une phrase : HR, le meilleur avant la médecine esthétique, sans aucun compromis en termes de textures somptueuses.



Guide du formateur

Séquence 1 : Introduction de l'approche

Outil : diaporama

Commentaires

L'ensemble du processus de vente minimum peut être finalisé en 10 minutes.

Un Service Application Focus doit être proposé en plus, soit immédiatement, soit sur rendez-vous, afin de créer un lien avec la cliente et de la fidéliser.



Guide du formateur

Séquence 1 : Introduction de l'approche

Outil : diaporama

Commentaires

Étudions l'ensemble du processus de vente étape par étape :

- Dans l'étape 1, nous verrons comment attirer la cliente dans l'espace HR. Nous allons aborder ensemble les formules d'accueil et les divers moyens de stopper le trafic sur notre point de vente : lors d'une transaction commerciale en temps réel, cette étape doit durer 1 minute.
- Dans l'étape 2, nous nous concentrons sur les besoins de la cliente en utilisant le miroir pour l'aider à exprimer ses attentes et faire preuve d'une écoute active face à ses besoins (3 minutes).
- Dans l'étape 3, nous proposons une prescription beauté anti-âge globale à notre cliente, avec un programme contenant un soin, un fond de teint et notre must have Prodigy Powercell. Ici, il est très important de proposer à la cliente une première expérience sensorielle de nos somptueuses textures (3 minutes).
- Dans l'étape 4, nous partageons notre expertise avec notre cliente pour qu'elle puisse utiliser ses produits HR chez elle avec autant de plaisir que lorsqu'elle les a découverts avec vous. Le minimum requis consiste à lui fournir quelques conseils d'applications (2 minutes), mais cette étape devrait être suivie d'une Application Focus (15 minutes), immédiatement ou sur rendez-vous.
- Dans l'étape 5, nous finalisons la vente, la concluons et tentons de fidéliser la cliente pour la faire revenir sur notre point de vente.
- Autrement dit, l'ensemble du cycle de vente doit durer 10 minutes, et doit être étendu à 25 minutes en cas d'Application Focus.



Guide du formateur

Séquence 1 : Introduction de l'approche

Outil : diaporama

Durée totale de la séquence : 15 minutes





ÉTAPE 0.
GROOMING DE LUXE

ATTITUDE DE LUXE

Créer un environnement attractif
grâce à une expertise et une image premium



LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama

Commentaires

Votre présentation et votre comportement sont des éléments d'une importance cruciale car ils influencent le jugement que les clientes portent sur vous et votre employeur.

En tant que représentante d'une marque cosmétique de luxe, vous devez refléter cette image en prenant soin de votre peau et en la sublimant.

Pourquoi devons-nous observer des règles aussi strictes en matière de présentation et de comportement ?

Votre présentation et le fait de porter un uniforme siglé HR ou représentant votre point de vente sont les premières choses que les clientes remarquent lorsque vous les accueillez et pendant le service que nous leur fournissons. Ils incarnent l'identité de l'entreprise à travers la relation de confiance et de proximité que vous entretenez avec vos clientes.

Ils reflètent le respect et la considération que votre clientèle attend de vous ainsi que votre fierté de travailler pour une entreprise de luxe.

Passons en revue les règles de base d'une présentation et d'un comportement de luxe.



Commentaires

Interrogez les participantes :

Dans votre environnement professionnel ou en tant que cliente, combien de fois avez-vous été témoin d'un mauvais exemple de service client ? A l'opposé, avez-vous déjà remarqué un très bon comportement qui vous a fait revenir en tant que cliente fidèle ?

Notez les réponses dans des colonnes Oui / Non sur le peper board.

Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama / interaction

ÉTAPE 0. GROOMING DE LUXE 



OUI

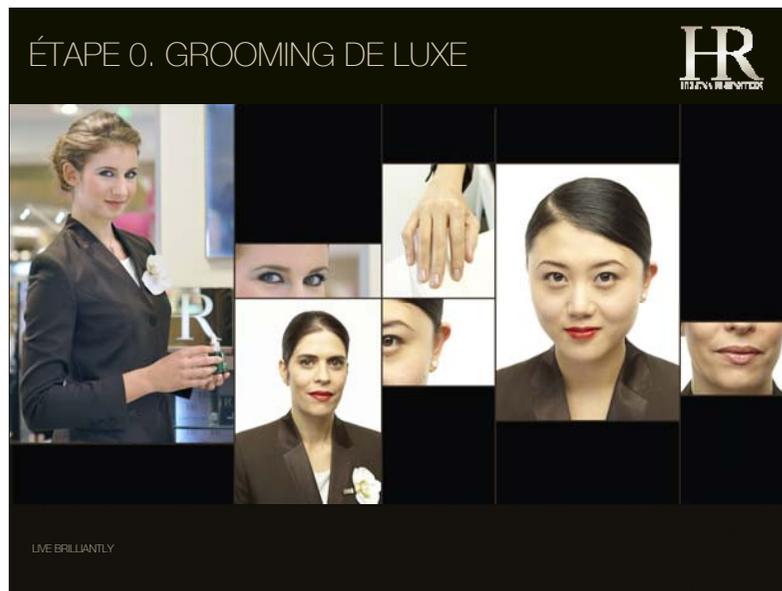
- Cheveux tirés, coiffure simple, soignée, impeccable
- Maquillage adapté à la marque
- Mains et ongles bien entretenus
- Chaussures classiques à talons moyens
- Maquillage en harmonie avec les lancements et des animations

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama / interaction



Guide du formateur

Commentaires

Voici quelques conseils issus de l'expertise HR pour une présentation parfaite :

- Prenez soin de bien hydrater votre peau. N'oubliez pas que chez HR, nous considérons que 50 % du résultat maquillage repose sur le soin de la peau.
- Ne mettez pas trop de fond de teint. L'objectif est de voir la perfection de votre peau, pas le produit. Utilisez une nuance proche de votre teint de peau, sans démarcation entre le visage et le cou.
- Chez HR, nous conseillons de mettre en valeur soit les yeux, soit les lèvres, mais jamais les deux.
- Si vous voulez mettre votre bouche en valeur, appliquez Wanted Rouge 101, 102 ou 103, et maquillez votre regard avec subtilité à l'aide de Wanted Eyes Palette 01 ou Wanted Eyes Duo 40, 44.
- Utilisez un blush en harmonie avec votre rouge à lèvres :
 - Un blush corail ou rose avec des lèvres rouges, corails ou marrons,
 - Un blush rose avec des lèvres fruits rouges, roses et roses-beiges,
 - Un blush cuivré ou chocolat avec des lèvres marrons ou beiges.
- Si vous voulez mettre votre regard en valeur, utilisez le mascara Lash Queen Feline Blacks ou Extravaganza et maquillez vos lèvres de manière subtile avec Wanted Rouge 301 - 302.

ÉTAPE 0. GROOMING DE LUXE



NON :

CHEVEUX : cheveux longs non coiffés / racines visibles

MAQUILLAGE : trop appuyé ou inexistant

ONGLES : vernis qui s'écaille, ongles trop longs ou décorés

BIJOUX : bijoux fantaisie, piercings

CHAUSSURES : ouvertes - orteils ou talons nus visibles

TATOUAGES



LIVE BRILLIANTLY

Commentaires

Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama / interaction

ÉTAPE 0. COMPORTEMENT DE LUXE



OUI

- Etablir un contact visuel avec les clientes
- Tenir le présentoir et les produits nets et bien rangés
- Saluer rapidement la cliente dans les 30 premières secondes de son approche
- Faire preuve d'une écoute active

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama / interaction

Commentaires

ÉTAPE 0. COMPORTEMENT DE LUXE



NON :

Rester passive

Ignorer une cliente qui attend

Détourner le regard

Oublier de sourire

Faire du travail administratif au détriment du trafic client



LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama / interaction

Commentaires

Commentaires

Objectifs de l'étape 1 :

- Accueillir la cliente dans les 30 premières secondes de son approche
- Avoir une attitude dynamique pour l'attirer sur le stand
- Assurer un accueil digne de notre image d'expert premium
- Faire de la cliente le centre de notre attention

**N'OUBLIEZ JAMAIS QUE VOUS N'AVEZ QU'UNE SEULE ET UNIQUE CHANCE
DE FAIRE BONNE IMPRESSION**



ÉTAPÉ 1.
ATTIRER

Attirer les clientes dans l'environnement de la
marque HR

Image et accueil premium et experts

Faire de la cliente le centre de notre attention

LIVE BRILLIANTLY

The image shows a slide from a presentation. It features the HR logo at the top right. The main title is 'ÉTAPÉ 1. ATTIRER'. Below the title, there are three bullet points: 'Attirer les clientes dans l'environnement de la marque HR', 'Image et accueil premium et experts', and 'Faire de la cliente le centre de notre attention'. At the bottom left, there is a small image showing a woman holding a diamond ring, and another image showing a woman interacting with a customer. The tagline 'LIVE BRILLIANTLY' is at the bottom left.

Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama



ÉTAPE 1. ATTIRER



ATTIRER LA CLIENTE

Formule d'accueil appropriée

Trafic Stopping:
Tous les jours, pas seulement pendant les
animations



LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama



Commentaires

Pour attirer la cliente, nous allons passer en revue les points clés suivants.

ÉTAPE 1. ATTIRER



MOTS CLÉS POUR ENTAMER LA CONVERSATION

« Le meilleur avant la médecine esthétique »

« Les formules les plus concentrées »



*« Bienvenue chez HR, la marque qui vous propose
Le meilleur avant la médecine esthétique grâce aux
formules les plus concentrées... »*

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Commentaires

Après avoir accueilli la cliente, vous devez introduire une formule adaptée contenant les mots-clés suivants :

- « le meilleur avant la médecine esthétique »
- « les formules les plus concentrées »

Exemple :

- « Bonjour madame »

- ...

- « Avez-vous déjà eu le plaisir d'essayer nos produits ? »

Si la réponse est oui, passez à l'étape 2, en vous concentrant sur les besoins de la cliente.

Si la réponse est non :

- « Sachez que HR vous propose le meilleur avant la médecine esthétique, grâce à ses formules les plus concentrées. Permettez-moi de vous présenter... »

Voilà une façon d'entamer une conversation de vente.

Abordons maintenant le comportement à adopter pour faire s'arrêter la cliente sur votre stand.

ÉTAPE 1. ATTIRER



TRAFFIC STOPPING EN CONTINU

1. Must have HR
2. Lancement d'un nouveau produit
3. Animation soin
4. Animation maquillage

LIVE BRILLIANTLY

Commentaires

Un comportement dynamique de « Traffic Stopping » est obligatoire étant donné le contexte difficile du moment. Etudions quelques moyens simples pour faire s'arrêter la cliente à l'aide de phrases d'accroches.

Nous devrions adopter cette attitude tous les jours et tout au long de l'année, pas seulement pendant les périodes d'animation.

Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama / interaction

ÉTAPE 1. ATTIRER

HR
HERBÈRE RICHARDSON

Travaillons sur des phrases d'accroche...



1. Attirer avec un
MUST HAVE HR



2. Attirer avec le
LANCEMENT D'UN
NOUVEAU PRODUIT



3. Attirer avec une
ANIMATION SOIN



4. Attirer avec une
ANIMATION
MAQUILLAGE

LIVE BRILLIANTLY

Commentaires

Travaillons sur des phrases d'accroches dans les situations suivantes :

1. La première est une situation de tous les jours. Vous devez adopter ce comportement quand il n'y a pas d'événement en cours dans l'environnement HR.
2. La deuxième est une situation de lancement.
3. La troisième est une animation soin.
4. La quatrième est une animation maquillage.

Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama / interaction



Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama / interaction

ÉTAPE 1. ATTIRER

HR
LIVE BRILLIANTLY



MUST HAVE HR

« Voudriez-vous savoir comment obtenir une peau d'apparence plus jeune en 5 jours seulement ? »



« Lash Queen pourrait devenir votre mascara préféré : puis-je vous le présenter ? »

« Puis-je vous présenter le meilleur mascara du monde ? »

« Puis-je vous présenter le mascara référence depuis 10 ans ? »

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama / interaction

Commentaires

Faire s'arrêter la cliente à l'aide d'une phrase d'accroche exige de l'audace.

Si on vous émet des objections sur ce que vous revendiquez, rappelez à la cliente que Lash Queen est un mascara largement plébiscité par la presse, et une référence internationale depuis maintenant 10 ans.

ÉTAPE 1. ATTIRER



LANCEMENT PRODUIT

Trafic Stopping

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama / interaction

Commentaires

L'innovation révolutionnaire du nouveau Soin Haute Hydratation.

ÉTAPE 1. ATTIRER



LANCEMENT PRODUIT

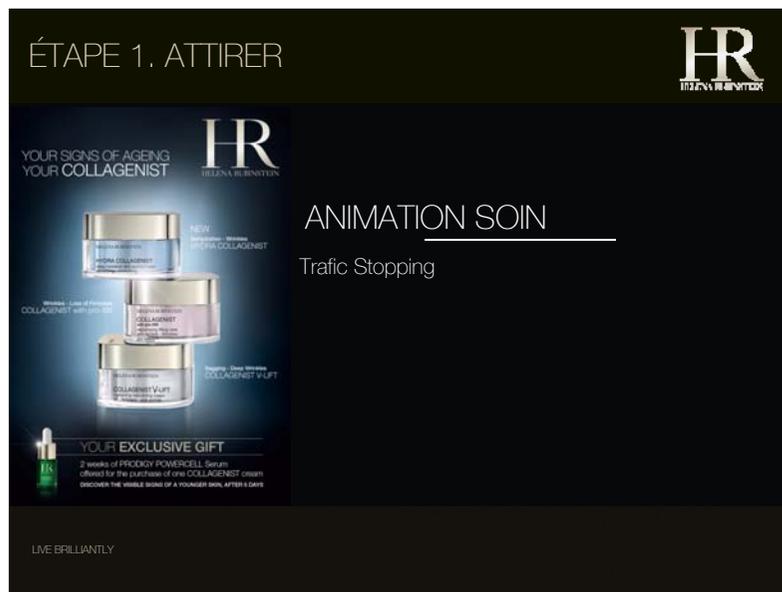
« Avez-vous entendu parler du premier soin hydratant qui agit jusqu'au derme, pour fixer l'eau au cœur de la peau? »

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama / interaction



Commentaires

L'animation Expert Collagène

« Vos signes de l'âge, votre expert Collagenist »

Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama / interaction

ÉTAPE 1. ATTIRER



YOUR SIGNS OF AGEING
YOUR COLLAGENIST



NEW
Intensive: 14 Days
HYDRA-COLLAGENIST

Weeks: Line of Firming
COLLAGENIST with PROXYL

Healthy: Clear Skin
COLLAGENIST VUFT

ANIMATION SOIN

« Voulez-vous savoir comment obtenir une peau d'apparence plus jeune en 5 jours seulement ? »

« Aujourd'hui, vous avez la possibilité de bénéficier de 2 semaines de soin avec le sérum le plus prodigieux que vous ayez jamais essayé »

YOUR EXCLUSIVE GIFT
2 weeks of PROXYL POWERCELL Serum offered for the purchase of one COLLAGENIST cream (between the 1st week of a purchase until 11/11/14)

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama / interaction



Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama / interaction

ÉTAPE 1. ATTIRER



A PERFECT COMPLEXION AT YOUR FINGERTIPS

ANIMATION MAQUILLAGE

« Puis-je vous présenter le mascara référence depuis maintenant 10 ans ? »

« Saviez-vous que 50 % du résultat maquillage repose sur le soin de la peau ? »

RECEIVE AN EXCLUSIVE GIFT 2 WEEKS OF PRODIGIOUS SERUM

PRODIGY POWERCELL

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 2 : Attirer

Outil : diaporama / interaction



ÉTAPES 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46. 47. 48. 49. 50. 51. 52. 53. 54. 55. 56. 57. 58. 59. 60. 61. 62. 63. 64. 65. 66. 67. 68. 69. 70. 71. 72. 73. 74. 75. 76. 77. 78. 79. 80. 81. 82. 83. 84. 85. 86. 87. 88. 89. 90. 91. 92. 93. 94. 95. 96. 97. 98. 99. 100.



ÉTAPES 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46. 47. 48. 49. 50. 51. 52. 53. 54. 55. 56. 57. 58. 59. 60. 61. 62. 63. 64. 65. 66. 67. 68. 69. 70. 71. 72. 73. 74. 75. 76. 77. 78. 79. 80. 81. 82. 83. 84. 85. 86. 87. 88. 89. 90. 91. 92. 93. 94. 95. 96. 97. 98. 99. 100.

Faire de la cliente le centre de notre attention
Ecouter et observer attentivement ses besoins

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 3 : Cibler

Outil : diaporama



ÉTAPE 2. CIBLER



HISTORIQUE DE LA CLIENTE

« Avez-vous déjà eu le plaisir d'essayer les produits HR ? »



LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 3 : Cibler

Outil : diaporama

Commentaires

ÉTAPE 2. CIBLER



PRESENTER LE MIROIR

- « Quand vous regardez votre visage dans le miroir, que souhaitez-vous améliorer ? »
- « Utilisez-vous une crème de texture légère ou riche ? »
- « Quel est votre rituel quotidien de nettoyage et de soin ? »
- « Quel fini de teint recherchez-vous ? »

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 3 : Cibler

Outil : diaporama

Commentaires

ÉTAPE 2. CIBLER



REFORMULER LE BESOIN DE LA CLIENTE

« Chère madame, pour vous qui avez cette préoccupation ...je vous recommande... »

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 3 : Cibler

Outil : diaporama

Commentaires

ÉTAPE 2. CIBLER



EXERCICE PRATIQUE...

En binômes, clarifiez les besoins de votre cliente.
Quel produit lui conseilleriez-vous et pourquoi ?



LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 3 : Cibler

Outil : exercice interactif

Durée totale de la séquence : 30 minutes

Après la séquence : pause de 15 minutes



Commentaires

Organisez un exercice en binômes.

Circulez entre les binômes sans les intimider.

Aidez-les s'ils vous sollicitent.

Notez quel binôme a du mal à aboutir à une conclusion concernant les besoins de la peau.

Ensuite, débriefez l'exercice en posant la question suivante :

« Quel binôme souhaite partager son expérience avec l'ensemble de l'équipe ? »

Pour chaque présentation, demandez à un membre du binôme de présenter les besoins de la peau de l'autre membre du de celui-ci.

Faites une pause à la fin de la séquence.



Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : diaporama



+1h45

ÉTAPE 3. TRAITER ET SUBLIMER



LA PRESCRIPTION BEAUTÉ GLOBALE HR

RITUEL BEAUTÉ ANTI-ÂGE GLOBAL

MUST HAVE

Crème de jour + Soin yeux + Fond de teint



LIVE BRILLIANTLY

Commentaires

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : diaporama

ÉTAPE 3. TRAITER ET SUBLIMER 

LA PRESCRIPTION BEAUTÉ GLOBALE HR

Crème de jour + Soin yeux + Fond de teint | Must Have



PRODIGY + PRODIGY EYES + PRODIGY LIQUID LIGHT | PRODIGY POWERCELL GREFFEUR DE JEUNESSE

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimier

Outil : diaporama

ÉTAPE 3. TRAITER ET SUBLIMER



DÉMONSTRATION

« J'ai besoin d'un soin anti-âge global »



LIVE BRILLIANTLY

Commentaires

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : diaporama

ÉTAPE 3. TRAITER ET SUBLIMER 



DÉMONSTRATION

1. **NOMMER ET PRÉSENTER LE PRODUIT VISUELLEMENT**
Nom du produit
2. **BÉNÉFICES**
Le lien entre les bénéfices produit et le besoin de la cliente
3. **ACTION**
Associer les bénéfices avec un ou deux ingrédients clés ou technologies
4. **DÉMONSTRATION**
La texture
5. **ENCHAINEMENT DE VENTE**
avec le rituel suivant

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : diaporama

ÉTAPE 3. TRAITER ET SUBLIMER 



DÉMONSTRATION

- 1. NOM**
« Pour vous, madame, je recommande Prodigy Powercell »
- 2. BÉNÉFICES**
« Ce prodigieux soin anti-âge global va agir sur les 5 mécanismes de vieillissement de la peau : il lisse, raffermi, illumine et hydrate votre peau pour vous offrir la meilleure solution anti-âge globale »
- 3. ACTION**
« Un véritable concentré de vie appelé Bio Sap qui comprend une sélection de 15 des actifs anti-âge les plus performants en haute concentration »

LIVE BRILLANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : diaporama

ÉTAPE 3. TRAITER ET SUBLIMER 



DÉMONSTRATION

4. DÉMONSTRATION
« Helena Rubinstein vous offre le meilleur avant la médecine esthétique, sans compromis en termes de textures qui restent somptueuses ! »

5. ENCHAINEMENT
en présentant la routine

LIVE BRILLANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : diaporama

ÉTAPE 3. TRAITER ET SUBLIMER



LA PRESCRIPTION BEAUTÉ GLOBALE HR

RITUEL BEAUTÉ ANTI-ÂGE GLOBAL

MUST HAVE

Crème de jour + Soins yeux + Fond de teint



LIVE BRILLIANTLY

Commentaires

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : diaporama

ÉTAPE 3. TRAITER ET SUBLIMER



LA PRESCRIPTION BEAUTÉ GLOBALE HR

Crème de jour + Soins yeux + Fond de teint Must Have

« Pour des résultats en profondeur et longue durée, appliquez ... tous les jours sur le visage et le cou, en évitant le contour des yeux »

« Pour la zone délicate du contour de l'œil, je vous conseille d'appliquer ... »

« Pour un effet anti-âge immédiat, je vous recommande le fond de teint ... »

« Puis-je vous confier un secret ? Vous pouvez booster ce rituel avec notre nouveau Greffeur de Jeunesse pour une peau d'aspect visiblement rajeunie en 5 jours seulement ! »

LIVE BRILLIANTLY

Commentaires

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : diaporama

ÉTAPE 3. TRAITER ET SUBLIMER
PRESCRIPTION BEAUTÉ GLOBALE HR

BESOIN DE LA CLIENTE

« J'ai besoin d'un soin anti-âge global. »

TRAITER ET SUBLIMER

MUST HAVE

Prodigy

Prodigy Liquid Light

Prodigy Powercell

Visage Yeux Fond de teint

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimier

Outil : diaporama

ÉTAPE 3. TRAITER ET SUBLIMER



GÉOGRAPHIE DU SOIN HR
POUR RAPPEL



LIVE BRILLIANTLY

Commentaires

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimier

Outil : diaporama



Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : diaporama

ÉTAPE 3. TRAITER ET SUBLIMER



EXERCICE PRATIQUE...



LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : exercice interactif

Commentaires

Organisez un exercice en groupes.

Répartissez les cas (diapos 49 à 56) entre les groupes.

Donnez-leur 5 minutes pour préparer leur démonstration produit.

Demandez à chaque groupe de présenter sa démonstration : un membre du groupe prend la parole, mais les autres l'aident s'il rencontre un problème ; appelez ça le « joker du public » comme dans le jeu TV « Qui veut gagner des millions ? ».

Si le membre d'un groupe présente sa démonstration en lisant ses notes, demandez-lui de recommencer ultérieurement sans lire ses notes : un membre de l'équipe peut lui venir en aide et parler à sa place si il a un « blocage ».

Expliquez aux participantes que l'objectif est de se lancer sans notes, parce qu'elles n'en auront pas quand elles se retrouveront face à la cliente. Alors autant s'exercer dès maintenant dans un environnement sûr !

ÉTAPÉ 3. TRAITER ET SUBLIMER
PRESCRIPTION VISAGE GLOBALE - ENTRÉE SOIN

HR
L'ORÉAL PARIS

BESOIN DE LA CLIENTE	TRAITER ET SUBLIMER	MUST HAVE
« J'ai besoin d'un soin quotidien pour réparer et protéger ma peau. » BÉNÉFICES Peau fortifiée Rides réduites Eclat révélé Hydratation continue	Prodigy Powercell  Visage Prodigy Liquid Light  Yeux Fond de teint 	Réparation quotidienne  Prodigy Powercell Greffeur de Jeunesse

LIVE BRILLANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimier

Outil : exercice interactif

ÉTAPÉ 3. TRAITER ET SUBLIMER
PRESCRIPTION VISAGE GLOBALE – ENTRÉE SOIN

HR
LABORATOIRES

BESOIN DE LA CLIENTE	TRAITER ET SUBLIMER	MUST HAVE
« J'ai besoin d'un soin anti-âge global. » BÉNÉFICES Anti-rides Fermeté Eclat Uniformité Hydratation	Prodigy Prodigy Liquid Light Visage Yeux Fond de teint	Prodigy Powercell

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : exercice interactif

ÉTAPÉ 3. TRAITER ET SUBLIMER
PRESCRIPTION VISAGE GLOBALE – ENTRÉE SOIN

HR
L'ORÉAL PARIS

BESOIN DE LA CLIENTE	TRAITER ET SUBLIMER	MUST HAVE
<p>« J'ai la peau très marquée. Ma crème habituelle ne suffit plus. »</p> <p>BÉNÉFICES Rides profondes lissées Densité Eclat Nutrition extrême</p>	<p>Prodigy Extreme Prodigy Liquid Light</p>  <p>Visage Yeux et lèvres Fond de teint</p>	<p>Prodigy Powercell</p> 

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimier

Outil : exercice interactif

ÉTAPÉ 3. TRAITER ET SUBLIMER
PRESCRIPTION VISAGE GLOBALE – ENTRÉE SOIN

HR
L'ORÉAL PARIS

BESOIN DE LA CLIENTE	TRAITER ET SUBLIMER	MUST HAVE
<p>« Mon teint est terne, fatigué et a perdu son éclat. Je cherche une solution immédiate et radicale. »</p> <p>BÉNÉFICES Lifting actif Injection d'éclat Plasticité idéale</p>	<p>Prodigy Re-Plasty Mésolift</p>  <p>Visage</p> <p>Prodigy Liquid Light</p>  <p>Yeux</p> <p>Prodigy Liquid Light</p>  <p>Fond de teint</p>	<p>Prodigy Re-Plasty Serum</p> 

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimier

Outil : exercice interactif

ÉTAPÉ 3. TRAITER ET SUBLIMER
PRESCRIPTION VISAGE GLOBALE – ENTRÉE SOIN

HR
L'ORÉAL PARIS

BESOIN DE LA CLIENTE	TRAITER ET SUBLIMER	MUST HAVE
« Ma peau est rugueuse. J'ai des taches brunes. »	Prodigy Re-Plasty High Definition Peel Prodigy Liquid Light	Prodigy Re-Plasty Serum
BÉNÉFICES Perfecteur de peau Rides lissées Taches réduites	 Visage  Masque peeling instantané  Fond de teint	 Concentré de nuit

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : exercice interactif

ÉTAPÉ 3. TRAITER ET SUBLIMER
PRESCRIPTION VISAGE GLOBALE - ENTRÉE SOIN

HR
L'ORÉAL PARIS

BESOIN DE LA CLIENTE	TRAITER ET SUBLIMER	MUST HAVE
« J'ai besoin d'un soin hydratant. Je remarque les premiers signes de l'âge. »	Hydra Collagenist Color Clone Hydra-24H	Collagenist Lip Zoom
BÉNÉFICES Hydratation profonde Anti-âge Densifiant Lissant	 Visage  Yeux  Fond de teint	

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimier

Outil : exercice interactif

ÉTAPÉ 3. TRAITER ET SUBLIMER
PRESCRIPTION VISAGE GLOBALE – ENTRÉE SOIN

HR
LABORATOIRES HERVÉ ROYER

BESOIN DE LA CLIENTE	TRAITER ET SUBLIMER	MUST HAVE	
<p>« J'ai besoin d'un soin anti-rides. »</p> <p>BÉNÉFICES Anti-rides Repulpant Comblement</p>	<p>Collagenist with Pro X-fill</p>  <p>Visage Yeux</p>	<p>Color Clone</p>  <p>Fond de teint</p>	<p>Collagenist Lip Zoom</p> 

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimier

Outil : exercice interactif

ÉTAPÉ 3. TRAITER ET SUBLIMER
PRESCRIPTION VISAGE GLOBALE – ENTRÉE SOIN

HR
L'ORÉAL PARIS

BESOIN DE LA CLIENTE	TRAITER ET SUBLIMER	MUST HAVE
<p>« Ma peau se relâche. J'ai besoin d'un soin liftant. »</p> <p>BÉNÉFICES Liftant Fermeté Anti-rides</p>	<p>Collagenist V-Lift</p>  <p>Visage</p> <p>Instant V-Lift</p>  <p>Fond de teint</p>	<p>Collagenist Lip Zoom</p> 

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : exercice interactif

ÉTAPE 3. TRAITER ET SUBLIMER



FOND DE TEINT

QUEL FINI RECHERCHEZ-VOUS POUR VOTRE TEINT ?
Perfection naturelle - Longue tenue - Anti-âge



LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : exercice interactif

Commentaires

Organisez un exercice en groupes.

Débriefez le fond de teint et le diagnostic mascara (diapo 57 et diapo 60).

Répartissez les cas (diapos 58-59-61-62) entre les groupes.

Donnez-leur 5 minutes pour préparer leur démonstration produit.

ÉTAPÉ 3. TRAITER ET SUBLIMER
PRESCRIPTION VISAGE GLOBALE – ENTRÉE MAQUILLAGE

HR
HERNANDEZ RECHERCHES

BESOIN DE LA CLIENTE	TRAITER ET SUBLIMER	MUST HAVE
« Je cherche un fond de teint à l'aspect naturel. »	<p>Color Clone Magic Concealer Wanted Blush</p>  <p>Fond de teint</p>	<p>Prodigy Powercell</p> 

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : exercice interactif

ÉTAPÉ 3. TRAITER ET SUBLIMER
PRESCRIPTION VISAGE GLOBALE – ENTRÉE MAQUILLAGE

HR
L'ORÉAL PARIS

BESOIN DE LA CLIENTE	TRAITER ET SUBLIMER	MUST HAVE
« Je cherche un fond de teint anti-âge. »	Prodigy Liquid Light Magic Concealer Wanted Blush	Prodigy Powercell
	 Fond de teint	

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimier

Outil : exercice interactif

ÉTAPE 3. TRAITER ET SUBLIMER



MASCARA

QUELS RÉSULTATS ATTENDEZ-VOUS DE VOTRE MASCARA ?

Volume et allongement – Volume intense – Volume push-up



LIVE BRILLIANTLY

Commentaires

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : exercice interactif

ÉTAPÉ 3. TRAITER ET SUBLIMER
PRESCRIPTION VISAGE GLOBALE – ENTRÉE MAQUILLAGE

HR
HERNANDEZ RECHERCHES

BESOIN DE LA CLIENTE	TRAITER ET SUBLIMER	MUST HAVE
« Je veux un volume intense. »	<p>Lash Queen</p>  <p>Magic Concealer</p>  <p>Collagenist Eye Zoom</p> 	<p>Prodigy Powercell</p> 

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : exercice interactif

ÉTAPE 3. TRAITER ET SUBLIMER



GÉOGRAPHIE DU MAQUILLAGE HR
POUR RAPPEL



LIVE BRILLIANTLY

Commentaires

Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : exercice interactif



Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : diaporama



Guide du formateur

Séquence 4 : Traiter et Sublimer

Outil : diaporama



+2h30



Guide du formateur

Séquence 5 : Partager l'expertise

Outil : diaporama



+2h30

Commentaires

- Chez HR, nous fournissons des solutions beauté, des conseils et des techniques qui permettent à nos clientes de « gagner du temps » dans tous les sens du terme.
- Le partage de l'expertise représente une étape obligatoire souvent négligée, mais qui revêt une importance cruciale pour :
 - Essayer d'augmenter le panier ou
 - Rassurer la cliente sur ses choix quand elle achète un grand nombre de produits.
- Donner des conseils représente le minimum requis. C'est là que réside notre valeur ajoutée.
- En dispensant un Service Application Focus, vous êtes assurée d'augmenter votre panier moyen et d'atteindre vos objectifs de vente. Contrairement à la sempiternelle énumération de produits, l'application de produits est toujours un plaisir pour la cliente.
- Distinguez-vous de toutes les autres conseillères beauté qui restent passives !! Appliquez les produits !! Inutile d'être maquilleuse professionnelle pour y arriver !! Votre expertise n'est peut-être pas aussi développée que celle d'un maquilleur professionnel, mais elle l'est nécessairement plus que celle de la cliente !



Guide du formateur

Séquence 5 : Partager l'expertise

Outil : diaporama

Commentaires

- Conseils Expert Beauté : en 2 minutes, fournissez à votre cliente des conseils et des astuces utiles qu'elle pourra reproduire chez elle pour son rituel beauté.
- Gestuelles Expert Beauté : partagez votre expertise avec votre cliente à travers une Application Focus, immédiatement ou sur rendez-vous, pour une zone spécifique : Visage/Yeux/Lèvres.



Guide du formateur

Séquence 5 : Partager l'expertise

Outil : démonstration / atelier maquillage

Durée de l'atelier : 30 minutes

Commentaires

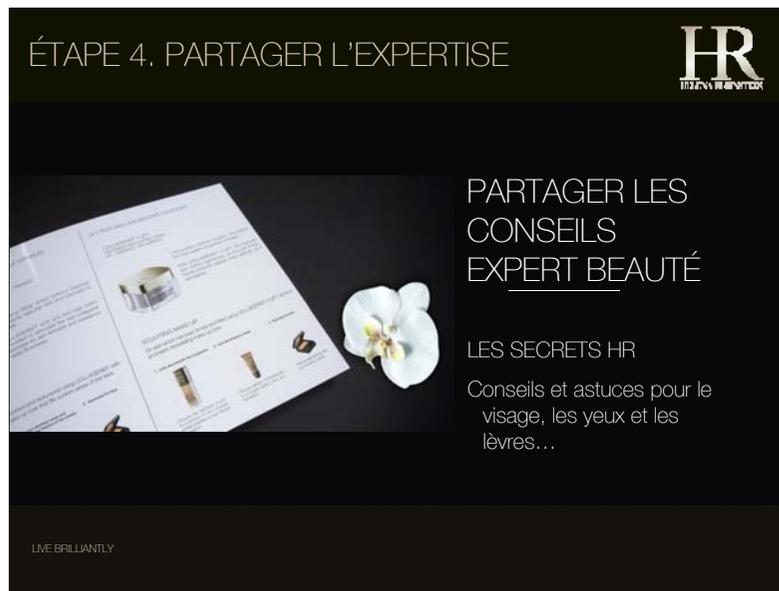
- L'objectif de cet atelier consiste à présenter aux conseillères beauté 3 méthodes d'application rapide en 15 minutes qu'elles pourront reproduire sur leurs clientes.
- Vous pouvez préparer cette séquence avec un maquilleur professionnel. Comme outil, utilisez la Brochure Focus pour réaliser ces 3 applications en respectant le protocole de la marque.
- Si vous en avez le temps, vous pouvez aménager la salle dans l'esprit d'une « beauty party » et organiser un atelier pratique en duos. En alternative, demandez au maquilleur de procéder à une démonstration rapide.
- Insistez sur le fait que le but n'est pas de réaliser un maquillage de niveau professionnel, mais des applications maquillage rapides et à la portée de n'importe quelle conseillère beauté.



Guide du formateur

Séquence 5 : Partager l'expertise

Outil : diaporama



Guide du formateur

Séquence 5 : Partager l'expertise

Outil : exercice interactif

Durée totale de l'exercice : 30 minutes



+3h00

Commentaires

L'objectif de cet exercice consiste à donner à la cliente un conseil ou un secret de beauté à la fin de la démonstration des produits (exercice déjà effectué pour l'étape 3).

Organisez un exercice avec 3 groupes et 3 cas :

- Une cliente Visage
- Une cliente Yeux
- Une cliente Lèvres

Donnez 5 minutes à chaque groupe pour préparer ses conseils et demandez-leur de les présenter à toute l'équipe.

Les participantes peuvent utiliser la brochure « Secrets » si elles ont besoin d'aide.



Commentaires

Concentrez-vous sur les deux conseils suivants en utilisant les produits Must Have :

- Prodigy Powercell
- Magic Concealer

Guide du formateur

Séquence 5 : Partager l'expertise

Outil : exercice interactif



Guide du formateur

Séquence 5 : Partager l'expertise

Outil : exercice interactif

Durée totale de l'exercice : 30 minutes

Commentaires

Concentrez-vous sur les deux conseils suivants en utilisant les produits Must Have :

- Collagenist Eye Zoom
- Lash Queen Mascara

Commentaires

Concentrez-vous sur les deux conseils suivants en utilisant les produits Must Have :

- Magic Concealer
- Collagenist Lip Zoom



Guide du formateur

Séquence 5 : Partager l'expertise

Outil : exercice interactif

Durée totale de l'exercice : 30 minutes

Pause à la fin de la séquence



+3h30

+

pause



Guide du formateur

Séquence 6 : Finaliser

Outil : diaporama



+3h45

ÉTAPE 5. FINALISER ET FIDÉLISER

HR
HELENA RUBINSTEIN



CONCLURE LA VENTE

« Vous venez d'essayer nos produits et j'aimerais beaucoup savoir si vous en êtes satisfaite d'ici quelques jours »

« Souhaitez-vous commencer par la prescription anti-âge globale ? »

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 6 : Finaliser

Outil : diaporama

Commentaires

ÉTAPE 5. FINALISER ET FIDÉLISER

HR
HELENA RUBINSTEIN



FIDÉLISER

Respecter les règles relatives aux échantillons

Informar la cliente sur les cadeaux avec achat

Lui donner des brochures

LIVE BRILLIANTLY

Commentaires

Guide du formateur

Séquence 6 : Finaliser

Outil : diaporama

ÉTAPE 5. FINALISER



RÈGLES RELATIVES AUX
ÉCHANTILLONS

ÉCHANTILLONS => FUTURES VENTES

- Offrir à la cliente des échantillons de produits adaptés à ses besoins
- Les lui présenter et expliquer leur mode d'emploi
- Solliciter son avis après l'échantillonnage
- Respecter les instructions présentées ci-après

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 6 : Finaliser

Outil : diaporama

ÉTAPE 5. FINALISER



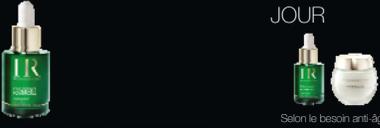
RÈGLES RELATIVES AUX ÉCHANTILLONS

LA CLIENTE ACHÈTE

ÉCHANTILLONS

PRODIGY POWERCELL

PRODIGY POWERCELL / OU CRÈME DE JOUR



Selon le besoin anti-âge

LIVE BRILLIANTLY

The image is a slide from a presentation. It features a dark background with white text and images. At the top left, it says 'ÉTAPE 5. FINALISER'. In the top right corner is the 'HR' logo. Below the title, there are two columns of text. The left column is titled 'LA CLIENTE ACHÈTE' and shows a woman in a dark suit presenting a product to a customer. The right column is titled 'ÉCHANTILLONS' and shows two product images: a green bottle of 'PRODIGY POWERCELL' and a white jar of 'PRODIGY POWERCELL / OU CRÈME DE JOUR'. Below the jar, it says 'Selon le besoin anti-âge'. At the bottom left, there is a small tagline 'LIVE BRILLIANTLY'.

Guide du formateur

Séquence 6 : Finaliser

Outil : diaporama

ÉTAPE 5. FINALISER 



RÈGLES RELATIVES AUX ÉCHANTILLONS

LA CLIENTE ACHÈTE

CRÈME DE JOUR



Selon le besoin anti-âge

ÉCHANTILLONS

PRODIGY POWERCELL / OU CRÈME YEUX



Selon le besoin anti-âge

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 6 : Finaliser

Outil : diaporama

ÉTAPE 5. FINALISER 



RÈGLES RELATIVES AUX ÉCHANTILLONS

LA CLIENTE ACHÈTE

SOIN YEUX



Selon le besoin anti-âge

ÉCHANTILLONS

PRODIGY POWERCELL / OU CRÈME DE JOUR



Selon le besoin anti-âge

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 6 : Finaliser

Outil : diaporama

ÉTAPE 5. FINALISER

HR
HELENA RUBENSTEIN

RÈGLES RELATIVES AUX
ÉCHANTILLONS

LA CLIENTE ACHÈTE

FOND DE
TEINT

ÉCHANTILLONS

PRODIGY
POWERCELL /
OU CRÈME DE
JOUR

Sélon le besoin anti-âge

LIVE BRILLANTLY



Guide du formateur

Séquence 6 : Finaliser

Outil : diaporama

ÉTAPE 5. FINALISER



RÈGLES RELATIVES AUX
ÉCHANTILLONS

LA CLIENTE ACHÈTE

MASCARA

ÉCHANTILLONS

PRODIGY
POWERCELL /
OU CRÈME YEUX



Selon le besoin anti-âge

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 6 : Finaliser

Outil : diaporama

ÉTAPE 5. FINALISER 



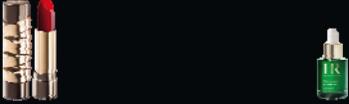
RÈGLES RELATIVES AUX ÉCHANTILLONS

LA CLIENTE ACHÈTE

ÉCHANTILLONS

ROUGE À LÈVRES

PRODIGY POWERCELL



LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 6 : Finaliser

Outil : diaporama

ÉTAPE 5. FINALISER 



FIDÉLISER

Remplir la Carte Prescription Client – Fichier Clients

« Souhaitez-vous faire partie de nos clientes privilégiées pour recevoir des informations et des offres exclusives ? »

Planifier la prochaine visite

Ne pas oublier de dire « au revoir » à la cliente

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 6 : Finaliser

Outil : diaporama

ÉTAPE 5. FINALISER



EXPÉRIENCE APRÈS-VENTE

RAPPELER LA CLIENTE OU LUI ÉCRIRE

Suivi de la satisfaction client après-vente

Satisfaction par rapport aux échantillons

Information sur les prochains lancements ou événements

Vœux d'anniversaire / cadeau

LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 6 : Finaliser

Outil : diaporama

Commentaires

ÉTAPE 3. TRAITER ET SUBLIMER



FAISONS LE TOUR DU CYCLE DE VENTE !!



LIVE BRILLIANTLY

Guide du formateur

Séquence 6 : Finaliser

Outil : exercice interactif

Durée totale de l'exercice : 30 minutes



Commentaires

Demandez aux participantes de former 5 équipes.

Chaque équipe reçoit un marqueur et une feuille du paper board, et doit l'afficher quelque part sur le mur dans la salle.

Chaque équipe désigne un membre pour écrire sur le tableau, mais toute l'équipe participe à la création du contenu.

Répartissez les sujets entre chaque équipe : l'étape 1 à l'équipe 1, l'étape 2 à l'équipe 2, etc.

Donnez 2 minutes précises aux participantes pour noter tout le contenu dont elles se souviennent. Quand les 2 minutes sont écoulées, elles doivent arrêter d'écrire et passer à la feuille suivante, prenant la place de l'équipe d'à côté : chaque équipe passe ainsi à la feuille suivante (comme dans un manège !!).

Chaque équipe dispose à nouveau de 2 minutes pour lire le contenu noté par l'équipe précédente et éventuellement le compléter. Quand les deux minutes sont écoulées, le manège se poursuit ainsi jusqu'à ce que chaque équipe soit revenue devant sa feuille de départ.

Demandez-leur de lire à haute voix le contenu de chaque feuille et de présenter l'étape concernée à toute l'équipe.

Utilisez cette présentation pour débriefer, souligner les points importants, vérifier que les participantes ont tout compris, en apportant des informations complémentaires si nécessaire.

Pour une touche ludique, utilisez une sonnette pour signifier que les deux minutes sont écoulées.

Choisissez des marqueurs de couleurs différentes et demandez aux participantes d'écrire en majuscules pour faciliter la lisibilité.

Pendant l'exercice, aidez-les si elles rencontrent des problèmes.

ÉTAPE 3. TRAITER ET SUBLIMER



PARTAGER L'EXPÉRIENCE HR... BRILLIANTLY



LIVE BRILLIANTLY

Commentaires

Guide du formateur

Séquence 6 : Finaliser

Outil : exercice interactif

Durée totale de l'exercice : 30 minutes





Guide du formateur

Sequence 0 : introduction

Tool: slideshow & interaction

Objective : present the program & create the link

Time :30'