

Ce qui fait un bon professionnel de la chaussure!

Il y a deux différences importantes entre un professionnel de la chaussure et un **bon professionnel de la chaussure**. L'une est le sens inné de la relation client, l'autre est le langage utilisé.

1. Perception positive du métier

Travailler dans la vente implique d'aimer son métier et le contact avec la clientèle. Un client exigeant peut être perçu par le professionnel de la chaussure comme une chance de faire valoir toutes ses compétences.

Un client sent tout de suite si le professionnel de la chaussure a une attitude fondamentalement positive ou non par rapport à son métier. En outre, un **bon professionnel de la chaussure** est convaincu de son assortiment et sait exactement quel est le modèle qui convient au client.

2. C'est la première impression qui compte

Il ne faut que quelques secondes au client pour se faire une opinion du personnel et de la boutique. Il est donc important de transmettre au client des signaux positifs dès le premier contact pour le mettre en confiance.

Le client juge immédiatement le personnel sur son langage corporel, sa mimique, sa tenue vestimentaire, etc. Les employés ont-ils l'air intéressés ou ennuyés par leur activité, sûrs d'eux ou empruntés, fatigués ou éveillés?

3. Témoigner de l'estime au client

Le bon professionnel de la chaussure prend son client au sérieux. Cela se voit au fait que les entretiens de vente sont individuels et ne se déroulent pas selon un modèle standard. Le personnel de vente doit avoir une perception positive des souhaits et besoins du client. S'il y parvient, le client lui fait confiance. De vrais compliments sont bienvenus et souhaités par le client. Ce sont ces efforts qui déterminent le succès du conseil individualisé. La satisfaction du client est le fruit de la compétence professionnelle et de l'intuition.

4. Susciter des émotions chez le client

Aux besoins professionnels s'ajoute le désir d'échange social chez de nombreux clients. **Le bon professionnel de la chaussure** sait doser les parts d'échange professionnel et émotionnel.

5. Contact verbal avec le client

Le langage utilisé est d'une importance décisive dans la relation avec le client. Le bon choix des mots fait que le client se sent pris au sérieux. L'entretien doit être mené honnêtement et dans un langage compris par le client. On choisira des mots à consonance sympathique. On utilisera aussi les techniques d'interrogatoire appropriées.

6. Apprentissage permanent

Pour devenir **une bonne professionnelle de la chaussure**, il faut s'exercer régulièrement. Quiconque veut être bon dans son métier doit y consacrer des efforts réguliers. La formation continue est une évidence, conforme au principe du «life-long learning».

7. Sympathie et engagement

Des collaborateurs qui s'impliquent en permanence, s'intéressent à ce qu'ils font et s'identifient à leur entreprise ont plus de plaisir à travailler et apportent à tous le succès souhaité.