

# COMMENT CONCEVOIR UNE OPERATION CLIENT OU VISITE MYSTERE ?

## 1 définir les objectifs : vous voulez mesurer QUOI ?

<p><b>Données générales sur le point de vente/contact</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilité du parking</li> <li>• Propreté extérieure et intérieure</li> <li>• Présence des supports d'information et promotionnels</li> <li>• Signalétique</li> </ul> <p><b>Accueil/vente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Accueil</li> <li>• Sourire et regard</li> <li>• Posture et comportement général</li> <li>• Tenue vestimentaire</li> <li>• Niveau d'assistance</li> <li>• Courtoisie</li> <li>• Découverte des besoins et reformulation</li> <li>• Propositions et argumentation</li> <li>• Réponses aux objections</li> <li>• proposition de produits complémentaires</li> <li>• Proposition carte de fidélité</li> <li>• Conclusion</li> </ul>	<p><b>Rapidité de service</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Temps d'attente dans les queues</li> <li>• Nombre de personnes dans les queues</li> <li>• Temps de service</li> <li>• Temps total</li> </ul> <p><b>Connaissance des produits</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suivi des procédures et instructions</li> <li>• Explication sur les produits</li> <li>• Conseils</li> <li>• Recommandations vers ventes additionnelles</li> <li>• Amabilité</li> </ul> <p><b>L'attractivité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Niveau sonore</li> <li>• Vitrine</li> <li>• Horaires d'ouverture</li> </ul>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 2 il faut ensuite rédiger un scénario (exemple « accueil/vente »)

« ..la cliente entre dans le magasin et se dirige vers les pantalons. La vendeuse doit être facilement identifiable. Elle hésite, cherche, et semble hésiter. Elle attend qu'une vendeuse prenne contact avec elle. Finalement elle choisira un modèle Elle souhaite également acheter un chemisier. Elle hésite, cherche et finalement choisira un modèle Elle posera des questions sur la composition du produit. Elle fera une objection sur la composition du produit. Elle demandera des conseils sur l'entretien du produit. . Elle passe en cabine d'essayage. Le chemisier se révèle trop grand. Elle veut la taille au dessous. Elle demande si elle peut faire faire des « retouches » (tarif, délai) L'ensemble (pantalon + chemisier) ne lui convient pas. Elle repose les 2 articles et sort du magasin. Vous notez également si la vendeuse vous parle de la carte de fidélité et si elle vous cite au moins un avantage de cette carte. Vous noterez également si la vendeuse vous remercie de votre visite et si elle reste aimable... »

## 3 il faut ensuite adapter une « grille d'observations détaillée » au scénario avec des questions fermées (OUI/NON)

**LES REPONSES SONT FORCEMENT BINAIRES (o/n) afin de garantir la répétabilité et la reproductibilité de l'enquête**

ACCUEIL		
Si une conseillère est disponible elle vous aborde en moins de 3 minutes	0	1
Au premier contact la vendeuse est aimable et engageante et vous accueille par « Bonjour Mr ou Mme », vous regarde et sourit		
La conseillère débute-t-elle par une phrase introductive « Que puis-je faire pour		



vous » ?)		
La tenue du personnel est conforme aux normes du réseau		
DECOUVERTE		
La conseillère vous pose des questions ouvertes pour découvrir vos besoins		
....		
LE PASSAGE EN CAISSE		
.....		

#### 4 Mettre place une grille barème pour CHAQUE question

Exemple

Si une conseillère est disponible elle vous aborde en moins de 3 minutes	0 Si plus de 3 minutes	1 Si moins de 3 minutes
--------------------------------------------------------------------------	---------------------------	----------------------------

....

La conseillère vous pose des questions ouvertes pour découvrir vos besoins	0 Si questions fermées ou si la vendeuse propose d'entrée un article	1 Si le questionnement est ouvert QQOQCP sur ou moins 3 questions
----------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------

.....

Proposition carte de fidélité	0 Si aucune proposition	1 Si proposition
-------------------------------	----------------------------	---------------------

Remarque : par soucis de simplification les grille peuvent intégrer le barème

L'ENVIRONNEMENT DE L'OFFICINE								
L'environnement compte pour 30% de la note globale								
LES FONDAMENTAUX								
ENVIRONNEMENT EXTÉRIEUR		Votre autoévaluation		Le regard du client mystère sur votre officine		Le regard du client mystère chez votre concurrent		Moyenne Nationale
LA PROPRETÉ	L'enseigne est-elle propre et en bon état ?	-	-	Oui	1/1	-	-	98,1%
	La (les) vitrine(s) est -elle (sont-elles) propre(s) et en bon état ?	-	-	Oui	1/1	-	-	94,9%
	Tous les éclairages ou spots de la (les) vitrine (s) fonctionnent-ils ?	-	-	Oui, tous	1/1	-	-	94,3%
	La (les) vitrine(s) est (sont) parfaitement rangée(s) ?	-	-	Oui	1/1	-	-	98,2%
	La croix verte est-elle allumée ?	-	-	Oui	1,5/1,5	-	-	96,7%
	Remarquez-vous à l'extérieur de la pharmacie au moins un élément d'identification Giropharm ?	-	-	Oui	1,5/1,5	-	-	88,7%
INFORMATIONS SUR LE POINT DE VENTE	Présence à l'extérieur des jours et horaires d'ouverture	-	-	Oui	1/1	-	-	98,4%



	Oui	Non	N.A.	Score Obtenu	Score Maximum
<b>G) Equipe Rayon Textiles SKI Homme/Femme</b>				<b>13</b>	<b>13</b>
33. Textiles Ski Homme/Femme : Lors de votre arrivée dans cette zone du magasin (2 premières minutes), avez-vous pu y voir au moins un vendeur sur les lieux ou à proximité?	X			5	5
32. Textiles Ski Homme/Femme : Les vendeurs étaient-ils facilement reconnaissables, grâce à un badge, une tenue spécifique ou tout autre élément distinctif? <i>Les vendeurs portaient tous un gilet à l'enseigne du magasin ainsi qu'un badge portant leurs noms.</i>	X			3	3
34. Textiles Ski Homme/Femme : Les vendeurs que vous avez vus vous dans cet univers ont-ils paru actifs (conseil, vente, mise en rayon, etc.)?	X			5	5

**5 formation du client-mystère (il faut lui dire QUAND et lui montrer COMMENT remplir la grille d'évaluation)**

**6 Faire la visite**

**7 Remplir le questionnaire immédiatement après la visite**

**8 regroupez les évaluations par thèmes (accueil, découverte...)**

- Pour chaque thème calculez les points acquis et le maximum des points → convertissez les points marqués en %
- Graphique polaire sur l'ensemble des thèmes pour votre UC et autre graphique pour l'UC concurrente

