

Durée :

3 jours (21 h.)

Les participants et leur pré-requis :

Vendeurs et vendeuses en magasin

Notre intervenant :

Formateur - consultant dans le domaine commercial

L'organisation :

Lieu : A déterminer Occitanie

Dates : A déterminer

Horaires : 08h30 17h00

Coût par participant :

**990 € HT
(1188 € TTC)**

Renseignements et inscriptions :

Sabine ACCO

LES OBJECTIFS :

- Professionnaliser la qualité de l'accueil, image de l'entreprise,
- Identifier les « savoir-être » qui font la différence,
- Bien intégrer les différentes étapes d'un entretien de vente en valorisant ses produits,
- Connaître les techniques d'argumentation et de traitements des objections,
- Savoir conclure la vente en laissant au client une image positive du magasin, avec ou sans vente.

NOTRE CHOIX PEDAGOGIQUE ET LES MODALITES D'EVALUATION:

Repose sur une approche pragmatique, alternant des apports théoriques, la présentation d'outils, d'exercices pratiques (construction d'un argumentaire de vente sur leurs produits,...) et de jeux de rôles sur les différentes phases de la vente.

Grâce aux mises en situation analysées en groupe et par le groupe, sur la base d'une grille de critères élaborés ensemble, chacun identifie ses axes de progrès.

Un support mémoire des points clés est remis à chaque participant.

Evaluation qualitative en fin de formation.

Evaluation qualitative et quantitative effectuée par les participants en fin de formation

LE CONTENU DE LA FORMATION :

■ **L'accueil des clients, point clé de l'image des boutiques et de la marque**

- Où commence l'accueil ?
- Les techniques de l'accueil : les attitudes qui font la différence,
- Connaître ses produits et veiller à avoir un environnement qui les met en valeur,
- Prendre le client en considération, en face à face dans le magasin, lors des périodes d'affluence, et/ou au téléphone.

■ **Les règles d'or d'une bonne communication : les conditions, les attitudes qui favorisent le dialogue**

■ **Identifier et découvrir le besoin du client**

- Poser les bonnes questions pour comprendre les besoins et les motivations (le pourquoi de leur visite, le budget, ...etc...)

- Conduite un entretien de découverte (l'écoute active, le questionnement, la relance du dialogue, l'observation du non-verbal)

■ Argumenter, convaincre et répondre aux objections

- Construire un argumentaire, la liste des arguments clés en parlant en avantage/bénéfice, plutôt qu'en caractéristiques techniques,
- Savoir donner envie de ses produits et appuyer son argumentaire sur des supports de vente (fiche, recettes, démonstrations, tests...)
- Adapter son argumentaire et sa communication à des interlocuteurs variés (clientèle étrangère...)
- Les écueils à éviter et la gestion des situations difficiles (affluence, clients mécontents, indécis,...)
- Traiter les objections les plus courantes et en faire une nouvelle opportunité d'argumenter,
- Répondre à l'objection spécifique du prix,
- Comment rebondir dans le cas où le produit demandé par le client ne peut pas être proposé

■ Vendre et vendre plus

- Conclure la vente en s'assurant de la satisfaction du client,
- La vente additionnelle : comment argumenter le panier moyen ?
- Orienter le client vers d'autres produits correspondant à ses goûts et à ses besoins,
- La fidélisation : donner au client l'envie de revenir dans le magasin avec ou sans vente.

■ Elaboration d'un plan d'action individuel