ACCUEIL CLIENT

Public
Tout public

Pré-requis
Aucun

Durée
3 jours – 24 heures
Horaires :08h30 – 12h30
14h00 – 18h00

Organisation
Diagnostic / positionnement avant la formation.

Pédagogie en face à face : alternance entre les connaissances "terrain" et les apports théoriques.

Écoute active des besoins, réponse aux attentes tout en respectant les objectifs pédagogiques fixés.

Échange avec le groupe afin de faire ressortir les notions-clés de la formation.

Mise en pratique à travers des exercices issus du vécu professionnel des participants.

Remise d'un support de cours numérique et/ou écrit.

Remise d'une attestation de formation.

Évaluation
Évaluation sommative à travers un cas pratique à chaque fin de module.

Objectifs :
Maîtriser les outils et les techniques de vente pour augmenter son chiffre d'affaire et sa notoriété.
Etre capable de bien communiquer avec sa clientèle pour mieux vendre.
Imaginer la technique de vente la mieux adaptée et la plus appropriée à son entreprise.
Adopter des attitudes et des comportements efficaces dans une démarche de « Gagnant - Gagnant » : Savoir écouter - Etre capable de reformuler - Savoir s'exprimer - Préparer sa stratégie …
Savoir valoriser son activité.

PROGRAMME

L'accueil
Sourire ; Saluer ; Observer ; Patienter ; Entreprendre
La règle des premiers :Les premières secondes, premiers pas, premiers gestes, premiers mots

RECHERCHER LES BESOINS ET LES MOTIVATIONS

La pyramide des besoins pour mieux comprendre et satisfaire son client
Les motivations d'achat (méthode "SONCAS")
Les 3 étapes du besoin (latent, exprimé, satisfait)
Les questions les plus courantes et les résultats attendus
L'empathie
L'écoute passive, l'écoute active

PRESENTER SON PRODUIT

Les grands principes de l'argument
Caractéristiques ; Avantages ; Bénéfice client ; Preuves
Les grands principes de l'argumentaire
Sélectionner ; Construire ; Énoncer
Les questions de contrôle

REPONDRE AUX OBJECTIONS

Les techniques fondamentales de la réfutation des objections appliquées à la vente en magasin

CONCLURE SA VENTE

Discerner les signaux d'achat et les freins à la vente
Les ventes complémentaires
La fidélisation
Les derniers mots