



Une formation à dimension humaine



Public

Commercial ou toute personne souhaitant améliorer la qualité de ses activités commerciales



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.

COMMUNIQUER AVEC SES CLIENTS POUR MIEUX VENDRE

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

REPENDRE 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

La prise de congé