



Une formation à dimension humaine



Public

Toutes personnes exerçant déjà le métier de vendeur souhaitant acquérir ou développer ses compétences professionnelles.



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.

VENTE EN MAGASIN

OBJECTIF

Analyser ses pratiques commerciales pour améliorer son efficacité dans la relation client.

Savoir se donner des objectifs réalistes de chiffre d'affaire

Gagner en aisance dans ses entretiens de vente.

Savoir défendre sa marge et développer ses ventes

PROGRAMME

Comment se préparer

Les facettes et évolution du métier.

Identifier les missions clés du vendeur : ambassadeur de la marque, fidélisation client, développeur du CA.

Évaluer son degré de connaissance du produit/service proposé.

Préparer l'argumentaire du produit, sa mise en valeur dans le magasin

L'accueil et la prise de contact

Sourire ; Saluer ; Observer ; Patienter ; Entreprendre

La règle des premiers : Les premières secondes, premiers pas, premiers gestes, premiers

Faire une première bonne impression : mots, gestes, distance, regard, sourire, gestion de l'espace.

Repérer les attentes du client, comprendre ses freins.

Accueillir dans les situations difficiles : affluence, multi-interlocuteurs, réclamations.

Découvrir ce qui déclenche les motivations d'achat!

Identifier la demande du client : maîtriser le questionnement efficace.

Découvrir ses motivations d'achat et répondre au-delà du besoin initial.

Adapter son attitude et son style à ceux du client.

Apprendre à reformuler pour vérifier que la demande est bien comprise.

Utiliser l'espace de vente : produits, rayons, démonstration, tests.

Vendre juste et vente additionnelle !

Mettre en avant les bénéfices pour le client.

Sélectionner ses arguments selon les motivations de l'interlocuteur.

Répondre sereinement à ses interrogations.

Adapter la présentation du prix en fonction de ses interlocuteurs.

Adoptez les attitudes et expressions qui favorisent la confiance.