

## PROGRAMME DETAILLE

### BUSINESS-FORCE DE VENTE

#### Réf.BU01034 **VENDRE PLUS EFFICACEMENT EN MAGASIN** **SE FAIRE APPRECIER PAR SES CLIENTS**

#### **PUBLIC :**

Commerçants, indépendants, vendeurs et vendeuses, salariés, créateurs ou repreneurs d'un commerce.

#### **PRÉ-REQUIS :**

Aucun.

#### **OBJECTIFS :**

Créer des réflexes commerciaux naturels chez les personnes formées. Vendre plus efficacement en développant l'art de ne pas apparaître dans une relation purement commerciale. Augmenter nettement le nombre et la qualité des ventes décrochées. être reconnu comme un vendeur ou une vendeuse "qui sort vraiment du lot".

#### **DURÉE :**

2 jours

#### **MÉTHODES ET OUTILS**

##### **PÉDAGOGIQUES :**

Une progression individuelle de chaque participant, basée sur la participation à de nombreux jeux de rôles et simulations de situations vécues en magasin. Une part collective axée sur les fondamentaux de la vente en magasin, entièrement revus et corrigés. Un accompagnement individuel des vendeurs formés lors de quelques contacts clients (lorsque cela est souhaité par l'entreprise).

Méthode pédagogique participative. Validation des acquis (QCM). Attestation de formation. Formation théorique et pratique.

#### **LIEU DE FORMATION :**

En stage ou en intra.

#### **EFFECTIF :**

1 à 16 personnes.

Date d'élaboration 18/06/20

Dernière mise à jour 18/06/20

Version : 1

Vous avez un besoin de formation sur comment **VENDRE PLUS EFFICACEMENT EN MAGASIN** ? Profitez de nos solutions formatives dédiées à vos besoins et adaptées à votre activité professionnelle. Nos formateurs sont des professionnels recrutés pour leur expérience professionnelle et leur expertise. Nos consultants traceront avec vous un programme ciblé sur les précisions de vos demandes.

*Partout en France* : Amiens, Angers, Bordeaux, Dijon, Grenoble, Le Havre, Le Mans, Lille, Lyon, Marseille, Metz, Montpellier, Nantes, Nice, Nîmes, Orléans, Paris, Perpignan, Reims, Rennes, Rouen, Saint-Etienne, Strasbourg, Toulon, Toulouse, Tours, Villeurbanne...

#### CONTENU

##### **Préambule : les points de vente que l'on aime et ceux que l'on fuit**

*De nombreux responsables n'ont pas conscience de l'écart considérable qui existe entre l'image qu'ils veulent donner de leur point de vente et les comportements réels des vendeurs avec les clients. D'autant plus que les attentes de la clientèle vis-à-vis des vendeurs évoluent très profondément et très rapidement. Il est clair qu'en matière de relation commerciale, plus rien ne sera comme avant. Autant prendre le virage à temps!*

##### **Programme :**

- Comprendre les nouvelles attentes des clients vis-à-vis des vendeurs.
- L'accueil des clients : les 30 premières secondes pour mettre les clients à l'aise.
- Encourager le client à s'exprimer.
- Décrypter ses attentes directes ou plus masquées.
- Proposer, inciter la découverte sans "mettre la pression".
- Utiliser de meilleurs arguments pour convaincre, réaliser des démonstrations qui séduisent.
- Répondre efficacement aux objections, notamment à celles concernant les prix.
- Conclure en favorisant l'acte d'achat sans "mettre la pression" sur le client.
- Renforcer la fidélisation du client, amener le client à jouer un effet d'entraînement sur son entourage, sur ses amis et connaissances.
- Gérer les clients et les situations difficiles.
- Pratiquer des ventes additionnelles de manière "soft".
- Relancer au téléphone avec un scénario qui ne provoquera pas de réaction négative de son interlocuteur.

*Ce programme est purement indicatif. Nous l'adaptons en fonction des besoins des entreprises.*

##### **Les "plus" :**

- Une prise en compte profonde de la psychologie des personnes peu habituées à la vente.
- Une approche vraiment originale de la vente, qui ne donne pas l'impression au client d'être agressé.
- Une adaptation au contexte des entreprises (métiers, typologie de clients).
- La plupart de nos formations ont lieu dans les locaux de l'entreprise (sauf souhait contraire de la Direction) : pas de pertes de temps en déplacements pour les collaborateurs formés, limitation des frais.
- Une sensibilisation préalable des futurs commerciaux aux travers de plusieurs résultats d'enquêtes.
- La remise d'un classeur complet "Méthode pratique de vente" ou de l'ouvrage "Entretiens de vente efficaces. Conjuguer résultats et respect du client", publié à l'Afnor par les formateurs.

##### **Fin de formation**

- Conclusions.
- Test de niveau et correction.
- Evaluation qualitative.
- Validation des acquis.
- Remise de l'attestation de formation.
- Remise d'un support de cours et documents annexes.

