Accueillir et vendre en magasin

VENTEMAG

Accroître son efficacité dans la vente

Présentiel - Synchrone

Objectifs

Développer les techniques d'accueil et de vente pour améliorer la qualité de la relation client en magasin.

Public Visé

Vendeurs et vendeuses en magasin

Pré Requis

Savoir communiquer en français

Objectifs pédagogiques et d'évaluation

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
Connaitre les techniques d'argumentation et de traitements des objections.
Savoir conclure la vente en laissant au clients une image positive du magasin, avec ou sans vente.

Méthodes pédagogiques

Repose sur une apporche pragmatique, alternant des apports théoriques, la présentation d'outils, d'exercices pratiques (construction dun argumentaires 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 pas 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 et quantitative effectuée par les participants en fin de formation.

Parcours pédagogique

L'accueil des clients, points clés 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 par téléphone.

Les règles d'or d'une bonne communication
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,...)
• Conduite en entretien de découverte (l'écoute active, le questionnement, la relance du dialogue, l'observation du non-verbal)

Argumenter, convaincre et répondre aux objections
• Construitre un argumentaire, la liste des argumennts 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, cleints mécontents, indécis,...)
• Traiter les objections les plus courantes et en faire une nouvelle opportunité d'agumenter,
• 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

Qualification Intervenant·e·s

Formateur, consultant dans le domaine commercial

Méthodes et modalités d'évaluation

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

Modalités d'accessibilité handicap

Nathalie Ripoll : nathalie@accoformation.com

Durée

7.00 Heures **1** Jour

Effectif

De 3 à 10 Personnes

Tarifs

Inter (Par personne) : **1 000.00 € HT**

Contactez-nous !

Sabine ACCO
Présidente SAS
Tél. : 0468250084
Mail : sabine@accoformation.com