|  |  |
| --- | --- |
| **Objectif de la formation :**  Maitriser les techniques pour faire progresser ses ventes en magasin**Objectifs pédagogiques :** A l’issue de la formation, les participants seront capables de : * Réaliser un premier contact efficace permettant la continuité de la vente
* Recueillir les besoins et les attentes du client de façon structurée
* Lui proposer une solution adaptée à ses besoins
* Réaliser une argumentation personnalisée selon la typologie du client et les produits proposés
* Répondre aux objections émises et transformer la vente
* Conclure la vente et l’optimiser par de la vente supplémentaire
* Fidéliser son client

**Participants :**Sont concernés par cette formation tous les vendeurs du magasin**Prérequis :** Aucun**Compétences visées :** * Mener une vente de la phase de contact jusqu’à la concrétisation de la vente
* Conseiller les clients
* Adopter une posture orientée client

**Formation en présentiel****Méthodes pédagogiques :**Quizz amont de positionnement du stagiaireActivités découvertes et applicatives développées à partir de cas concretsDémonstrations basées sur théorie et méthodesMises en situations sur des cas réels pour permettre l’appropriation des techniques et méthodesQuizz aval : bilan des acquis**Ressources pédagogiques :** dossier digital partageant supports et documents de la formation**Méthodes d’évaluation :** Évaluations formatives réalisées au fur et à mesure de la progression de la formationÉvaluation sommative des acquis/atteinte des objectifs **Validation :** Attestation d’assiduité de formation **Les plus de la formation :**Formation interactive organisée à partir de l’activité, du positionnement de l’entreprise.**Durée :** 2 journées de formation de 7 heures | **Programme de formation :**1. **1. Définir les enjeux d’être professionnel de la vente**
* Identifier la notion de techniques liée à la vente
* Faire le lien entre leur maîtrise et impacts sur les résultats, à l’échelle du magasin et de l’entreprise
* Lister les différents types de clients et de vendeurs et les impacts réciproques de leurs comportements
* Identifier les impacts de mon professionnalisme sur mon comportement et mon affirmation professionnelle et personnelle
* Valider l’intérêt et la nécessité des objectifs de vente
1. **Se préparer à accueillir le client**
* Distinguer les quatre types de préparation
* Identifier les composantes de la communication impactant le premier contact avec le client
* Lister les différents points de contact avec le client
* Définir les attitudes et actions inhérentes à chacune de ces étapes
1. **Entrer en contact avec les clients**
* Identifier rapidement l’attitude et la recherche de produit du client
* Déterminer les éléments d’appui qui permettront de poursuivre la vente et les techniques de questionnement appropriées
1. **Maîtriser le processus de la découverte des besoins**
* Définir la notion d’écoute active auprès des clients
* Structurer la découverte des besoins
* Utiliser les différentes techniques de questionnement
* Déterminer les motivations et mobiles des clients
1. **Construire et valoriser l’argumentation**
* Lister les solutions adaptées à la demande du client
* S’approprier la méthodologie pour argumenter
* Personnaliser son argumentation selon les différentes typologies de clientèle et différents produits
* Définir les techniques pour de faire se projeter le client
1. **Maîtriser le traitement des objections**
* Identifier les différents types d’objections existantes
* S’approprier le processus de traitement des objections

**7. Conclure la vente*** Déterminer le bon moment pour conclure par les signaux émis par le client
* Distinguer les 3 techniques de conclusion
* Identifier les enjeux de la réalisation de ventes supplémentaires (complémentaires et additionnelles)
* Identifier les différentes étapes pour les transformer
* Lister les différentes techniques de fidélisation
 |



Réf CO03

2025

**VENDRE BIEN ET PLUS**