|  |  |
| --- | --- |
| **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 stagiaire  Activités découvertes et applicatives développées à partir de cas concrets  Démonstrations basées sur théorie et méthodes  Mises en situations sur des cas réels pour permettre l’appropriation des techniques et méthodes  Quizz 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 formation  Évaluation 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**