



la vente en entretien face à face en magasin

La réussite de la vente en entretien en face à face en magasin nécessite une excellente qualité de communication (formulation, argumentation), la maîtrise des étapes de la vente et bien évidemment le goût de répondre aux besoins de ses clients.

Savoir vendre c'est avant tout savoir établir dès les tous premiers instants du contact - et tout au long de la relation commerciale – une qualité et une valeur ajoutée relationnelle. Aider les professionnels à optimiser cette relation et à atteindre cet objectif est l'objet de cette formation.

Nous vous proposons de donner un socle commun à votre équipe afin que vos commerciaux / vendeurs... partagent une culture commerciale, en développant une approche qualitative du service client dans le but d'optimiser les ventes et en recherchant la satisfaction de leurs clients pour mieux les fidéliser.

OBJECTIFS

-  Optimiser sa communication avec le client
-  Enrichir et développer ses aptitudes personnelles et ses connaissances des techniques de vente
-  Maîtriser et appliquer les différentes étapes du déroulement d'une vente
-  Accroître sa capacité de persuasion

PROGRAMME

La typologie client

Prendre conscience de la diversité de ses clients et leurs niveaux d'exigence

Valoriser son image et celle de sa société

Contexte : l'enseigne, les impératifs d'image, l'environnement, le magasin, les produits

Les principes de la communication professionnelle

Etablir un relationnel où chacun est gagnant

Découvrir la différence de perception

assertivité, style de personnalité du vendeur, atouts

le sourire, l'empathie

le tact (courtoisie, diplomatie)

La maîtrise du verbal et du non verbal

Utiliser le bon vocabulaire et l'inflection de voix

Le ton, le rythme, la formulation

Les formules à éviter

Travailler la gestuelle et l'apparence

L'arborescence d'une vente

La qualité de l'accueil : Prendre contact avec son client (l'importance de la 1^{ère} impression)

La qualification d'un besoin : Ecouter activement, questionner et reformuler

L'argumentation de vente : comparer/sélectionner, conseiller/orienter, convaincre/conforter

La proposition constructive : Les arguments et les formules de persuasion

La détection de besoins supplémentaires : La vente additionnelle, la vente de substitution

La prise de congé : Laisser une image positive (l'importance de la dernière impression)

DUREE

2 jours

PUBLIC

Commerciaux,
Vendeurs sédentaires,
Démonstratrices,
Démonstrateurs,
En face à face.

PEDAGOGIE

Les techniques et outils
utilisés sont issus d'une
expertise terrain.

Participation interactive
Formateur/Stagiaires.

Alternance théorie et
exercices pratiques
selon des cas réels.

Validation des acquis
et outils de suivi.

INTERVENANTS

Selon le thème de la
formation, CQFD sélectionne
un pédagogue possédant
une expérience significative,
une maîtrise opérationnelle
et un profil particulier :
sophrologue, psychologue,
neuropsychologue, ergonome,
ergothérapeute,
senior manager,
chef de cuisine, gouvernante,
journaliste, animateur,
ex-policier, etc...

TARIFS

Inter-entreprises à Paris
Intra-muros en France entière
cliquez ici pour consulter
sur notre site internet
le calendrier et les tarifs

Vidéo de présentation

