

Vente sectorielle

Vendre et conseiller en point de vente

2 jours (14h00) | ★★★★★ 4,6/5 | DCSEC-RAP | Évaluation qualitative de fin de stage |
Formation délivrée en présentiel ou distanciel ⁽¹⁾

Formations Management & soft skills › Développement commercial › Vente sectorielle



À l'issue de ce stage vous serez capable de :

- Attirer la clientèle et lui donner envie de rester dans le point de vente
- Adapter votre mode de communication selon chaque client en générant un climat de confiance
- Réaliser des ventes additionnelles
- Fidéliser la clientèle.

Niveau requis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

Public concerné

Toute personne amenée à vendre.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émarginée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

(1) Modalité et moyens pédagogique :

Formation délivrée en présentiel ou distanciel * (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance). Le formateur alterne entre méthodes ** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification.

Les moyens pédagogiques mis en oeuvre (variables suivant les formations) sont : ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel). Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne. Supports de cours et exercices.

* Nous consulter pour la faisabilité en distanciel. ** Ratio variable selon le cours suivi.

Programme

Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Présentation de la formation

Bien se préparer pour bien vendre

- 3 actions-clés
 - Etre ambassadeur de la marque
 - Fidéliser le client
 - Développer le CA
- Se préparer à l'accueil des clients
- Préparer l'argumentaire du produit pour sa mise en valeur dans le magasin

Accueillir les clients

- Utiliser l'espace de vente pour le rendre attractif
- La 1ère impression est la plus importante
- Appréhender les situations difficiles (grande affluence, multi-interlocuteurs, réclamations)

Déclencher l'envie d'acheter

- Identifier la demande du client et maîtriser le questionnement efficace
- Découvrir les motivations d'achat du client et adapter son attitude et son style
- Bien reformuler
- Bien utiliser l'espace de vente

Vendre le produit adapté et même plus

- Mettre en avant les bénéfices pour le client
- Adapter ses arguments aux motivations de l'interlocuteur
- Réaliser des ventes additionnelles

Conclure la vente avec succès

- Savoir bien conclure
- Utiliser les atouts du magasin
- Inciter à l'achat immédiat
- Oser dire non au moment adapté
- Rassurer son client sur son achat
- Fidéliser ses clients

Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des mises en situation contextualisées évaluées
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation ou une certification (M2i ou éditeur)