

Techniques de vente boutique initiation

| | | | |
|---|---|--|--|
|  Durée | 2 Jours - (16 Heures) |  Modalité d'accès | Aucune |
|  Pré-requis | Etre dans le domaine de la vente |  Date | Voir convention |
|  Public | Vendeurs(ses) et toute personne étant en contact avec la clientèle et désirant s'initier dans la vente. |  Lieu | Voir convention |
|  Intervenants | Formateur issu du commerce |  Délai d'accès | Définir avec l'entreprise |
|  Nb participants | 1 à 5 |  Accessibilité | L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap |
|  Prix | Voir convention |  Obligations réglementaires | Aucune |

Méthode pédagogique :

Alternance d'apport théorique et d'entraînements. Mise en pratique par les stagiaires sur des cas types et/ou sur des cas typiques de l'entreprise. Jeux de rôles et mises en situation.

Outil pédagogique :

Supports papiers

Évaluation :

Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie.

Validation :

Attestation de fin de stage

OBJECTIF

Optimiser l'accueil et la prise de contact - Présenter et valoriser ses produits - Répondre aux demandes exprimées et non exprimées - Répondre aux objections - Conclure la vente

PROGRAMME

JOUR 1 :

Environnement commercial

- Connaître l'implantation de son magasin
- S'approprier ses différentes gammes de produits

Efficacité commerciale

- Identifier son approche commerciale
- Définir les types généraux de clients
- Adapter une communication efficace et personnalisée

Découvrir les besoins et les motivations d'achat

- Pratiquer l'écoute active, qualifier le client
- Répondre aux demandes exprimées et non exprimées
- Les questionnements et la reformulation
- La prise de contact – qui prend l'initiative
- Etablir un climat de confiance – Renforcer l'image de marque

JOUR 2 :

Comment développer le réflexe commercial vis-à-vis des clients

- La prise de contact – qui prend l'initiative
- Les comportements et expressions corporelles
- Etablir un climat de confiance – Renforcer l'image de marque
- Préparer son argumentation : L'argumentation personnalisée (produit+client) –Comment prendre un point d'appui pendant l'entretien

Répondre aux objections

- Les objections sont fréquentes lors d'un échange commercial. Quel comportement adopter face à un interlocuteur qui objecte.
- Pourquoi l'interlocuteur objecte-t-il ?

Conclure la vente

- Comment conclure la vente et obtenir la commande
- Surveiller l'attitude du prospect
- Amorcer la conclusion par un point de détail
- Résumé des règles employées pour conclure la vente.