

Perfectionnement à la vente en boutique ou magasin

Intelligence artificielle -

En résumé

Aujourd'hui, pour se différencier des chatbots en ligne, il ne suffit plus de répondre à la demande d'un client mais il est essentiel d'assurer un accompagnement de ses clients et de franchir l'étape du "Oser proposer".

A l'issue de cette formation, vous saurez comment vous préparer et vous organiser dans votre point d'accueil clientèle. Vous développerez vos compétences pour recevoir la demande de votre visiteur et aussi pour découvrir ses besoins et ses motivations pour, plus tard, argumenter positivement. Vous allez aussi vous approprier les techniques pour faire face aux objections les plus courantes rencontrées dans la vente sédentaire. Enfin, vous augmenterez votre chiffre d'affaires en traitant les ventes additionnelles et en pratiquant le cross-selling et le up-selling.

Objectifs :

- Savoir se préparer à la vente.
- S'approprier des techniques de communication pour capter l'attention de son client.
- Être capable de gérer des demandes simultanées ou bien des situations difficiles.
- Être en capacité de proposer du cross-selling ou du up-selling.
- Savoir conclure sa vente avec efficacité.

Prérequis :

- Avoir une expérience de 3 ans en point de vente ou avoir suivi la formation "Maîtriser les fondamentaux de la vente en boutique".

Participants :

- Aucun prérequis n'est exigé pour suivre la formation

Effectifs :

- L'effectif maximum est de 12 personnes.

Intervenants :

- Formation animée par un consultant formateur, spécialisé dans le domaine du commerce international.
- Tous nos consultants formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

Le contenu

700 €

Net de taxe par personne

T8 VENTEMAGFERF 23-A23



14 heures, soit 2 jours

Dates et villes

Grenoble - 04 76 28 29 28

Sessions à venir - Nous contacter



1. Savoir se préparer

Préparation personnelle (les cercles du succès).

La connaissance de l'entreprise et de sa zone de chalandise (pouvoir d'achat, concurrence...).

La connaissance des produits et/ou des services.

Organisation matérielle du point de rencontre client.

2. Le premier contact, les premières secondes

Soigner sa présentation.

La disponibilité et l'entrée en matière.

Les attitudes et le langage positifs spécifiques.

3. Les techniques de base de la communication

L'écoute active et le questionnement.

La typologie de la clientèle.

Comprendre ce qu'est un système de motivations et de freins à l'achat.

4. Gestion de plusieurs demandes simultanées

Informar, donner un renseignement, faire patienter.

Guider un visiteur et l'aider à faire son choix.

Recevoir, remettre, transmettre un document.

Filtrer ou prendre un appel téléphonique.

Les situations difficiles : les bavards, les agressifs, les mécontents, les chronophages, les clients exigeants, ...

5. La proposition commerciale

Savoir comment passer du " besoin aux solutions".

L'adaptation de l'argumentation au profil de l'acheteur.

L'argumentation par la technique du " 1,2,3,4 ".

6. La gestion des attitudes négatives

Eléments de maîtrise des émotions et du stress.

Gestion des divergences et des objections.

Défense du prix selon la théorie de l'ICEBERG.

Gestion des situations particulières : l'indécision, l'agressivité, l'indifférence, le scepticisme.

7. Intégrer le principe des ventes complémentaires : le cross-selling ou cross-sell

Le cross-selling ou comment vendre des produits complémentaires avec méthode.

Intégrer le plan de vente « Cross-selling » dans sa démarche commerciale.

Identifier les arguments et anticiper les objections.



8. Comprendre le principe de la montée en gamme : Le up-selling ou comment vendre des produits de gamme supérieure

Le plan de vente « Up selling » : oser la montée en gamme.
Identifier les arguments et anticiper les objections du up selling.
Capitaliser sur le profil des clients pour adapter son argumentation.

9. Savoir conclure avec efficacité

Repérer les signaux d'achat.
Eviter les demandes supplémentaires.
Réaliser des ventes additionnelles.
Conforter sa vente.

Méthodes, moyens et suivi

Méthodes pédagogiques et moyens techniques

CCI Formation met à disposition de ses clients l'ensemble des moyens pédagogiques nécessaires à l'exécution de cette formation conformément aux éléments présentés.

Pédagogie active s'appuyant sur des :

Apports théoriques : 20 %
Applications sur des cas : 20 %
Exercices pratiques : 15 %
Partages d'expérience : 15 %
Mises en situation : 30 %

Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

Une évaluation des acquis sera réalisée par le formateur.

Elle permettra d'attester de l'acquisition des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

Suivi de l'action

Une feuille de présence par demi-journée devra être signée par le stagiaire.

Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite.

Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.

