



VENDRE PLUS EFFICACEMENT EN MAGASIN

Optimisez votre force de vente en magasin

Public visé et prérequis

Toute personne souhaitant optimiser sa capacité à vendre en magasin (ou autre point de vente physique)

Aucun prérequis

4-12 stagiaires

Moyens pédagogiques

Apports théoriques

Acquisition de compétences opérationnelles par la pratique et l'expérimentation

Formation favorisant l'engagement du participant pour un meilleur ancrage des notions et concepts

Expériences ludiques et apprenantes

Supports de formation mis à disposition

Suivi administratif : convention de formation ; feuilles de présence pour émargement ; certificat de réalisation de l'action de formation

Evaluations :

Tout au long de la formation et finale par quiz et/ou mise en situation

Formulaires de positionnement en amont et d'évaluation de la formation en aval (à chaud / à froid)

Durée de la formation :

3 x 7 heures, soit 21 heures (présentiel)

Intervenants

Vanessa RASTEL, formatrice

Nelly NIVOIX, référente pédagogique

Olivier MOREL À L'HUISSIER, référent administratif

Annick VIDAL, référente handicap

Contact - Inscriptions

Mail : bonjour@agence-nn.fr
Session ouverte à partir de 4 inscrits

PSH : nous contacter si besoin d'aménagements spécifiques

Tarif

nous contacter

Prise en charge OPCO possible

De son entrée à sa sortie de votre magasin, chacun de vos clients mérite d'être traité comme le meilleur des clients : c'est agréable pour lui et bénéfique pour vous !

De l'accueil à la fidélisation, en passant par la vente complémentaire, vos vendeurs se doivent de maîtriser chacun de ces instants pour une expérience client mémorable.

Objectifs de la formation

À la fin de la formation, les stagiaires sont capables de :

- ✓ développer une posture commerciale
- ✓ maîtriser les étapes de l'entretien de vente
- ✓ maîtriser les techniques et outils de la vente
- ✓ maîtriser les techniques de vente complémentaire et de fidélisation

Programme de la formation

1. Le vendeur, qui est-il ?

Pas de vendeur sans client : connaître les typologies de clients

Les postures du vendeur : savoir accueillir et prendre en charge un client

Les soft skills du vendeur : adopter une communication adaptée

2. Le client, que veut-il ?

Détection du besoin : maîtriser la phase de découverte

Accompagnement du client : créer un espace de confiance

Les produits : savoir présenter ses solutions efficacement

3. L'art de la vente complémentaire

Oser proposer des produits complémentaires

Présenter les arguments et valeurs ajoutées des produits

Rebondir sur les objections

4. L'art de la conclusion

Orienter le client vers l'achat

Prendre congé du client

Proposer des solutions de fidélisation du client