

INTITULE

VENTE – ACCUEIL EN MAGASIN

OBJECTIFS

- Favoriser l'accueil et la vente en magasin dans un objectif qualité et rentabilité
- Etre capable de conduire la vente, de la phase d'accueil à la phase de prise de congé
- Apporter les éléments nécessaires au bon conditionnement de la vente additionnelle et à une présentation optimale des produits dans un souci d'augmenter le chiffre d'affaires
- Répondre aux objections et les déjouer les réticences émises par le client
- Conclure une vente et amener la personne à reconduire des achats ultérieurs

PRE REQUIS

Aucun - Compréhension de la langue française

PUBLIC CONCERNE

Tout salarié étant amené à effectuer des entretiens de ventes

**MOYEN
D'ENCADREMENT DE
LA FORMATION**

Consultante Formatrice

**DUREE
LIEU**

2 jours en discontinu

En entreprise ou en centre

**MOYENS
PEDAGOGIQUES**

Active : Théorie de la vente – négociation – accueil et fidélisation du client

Mise en pratique par des simulations, des cas concrets et des exercices pratiques

Préparation en amont de l'objectif individuel à fixer au collaborateur et des messages à faire passer sur l'augmentation de l'efficacité de la vente

Livret pédagogique remis à chaque stagiaire

Diaporama exposé par vidéo projection /Paper bord

**EFFECTIVITE DE LA
FORMATION**

Emargements

**MODALITES
D'EVALUATION**

Attestation de stage

PROGRAMME

LES DIFFERENTES PHASES DE LA VENTE

La préparation
L'accueil
La phase de découverte
L'argumentation
Les objections et leurs traitements
La conclusion de la vente
La conclusion de la visite

LES METHODES DE VENTE

Les 3 P : Prospect - Produit – Perspectives
Le FOC : Questions de Faits – d'Opinion – de Changement
Les techniques de questionnement
La méthode ACP : Avantages – Caractéristiques – Preuves

LES FEUX VERTS ET LES FEUX ROUGES de la conclusion de la vente

Les différents types de conclusion : Active – Passive
Les actions à mettre en place