TECHNIQUES DE VENTE

Programme complet

1) L'accueil du client

- L'accueil : la règle des 4x20
- L'importance de la communication non-verbale
- La gestion des comportements de repli et de réserve

Exercice pratique : savoir ouvrir un entretien de vente : l'importance des premières secondes

2) La découverte des besoins et attentes du client

- Que découvrir ? habitudes de consommation, attentes vis-à-vis du produit, besoins particuliers ...
- La détection des besoins : le rationnel
- La détection des motivations : l'irrationnel
- les outils de la découverte : questionnement, empathie, écoute active, reformulation
- la synchronisation avec le client pour un meilleur échange

Travaux pratiques : construction de trames de découverte du client

3) Affiner son argumentation

- Le choix de ses arguments en fonction des informations recueillies lors de la phase de découverte du client
- L'argumentation construite et structurée
- La technique du C.A.B/P (caractéristique / avantage / bénéfice et-ou preuve) savoir communiquer en termes de bénéfices client pour personnaliser la vente
- Utiliser des preuves pertinentes
- Se démarquer de la concurrence en valorisant ses produits

Exercice : construction d'argumentaires en lien direct avec les besoins identifiés durant la phase de découverte

4) Traiter les objections

- Les différents types d'objections et leur cause
- Les attitudes à adopter face aux objections
- Les trois étapes clés du traitement d'objections (écouter / accueillir / traiter)
- Les techniques de traitement

Exercice : Entraînement pratique sur les objections les plus fréquentes rencontrées par les vendeurs en magasin

5) Conclure un entretien de vente

- La détection des "signaux d'achat"
- Le choix de la forme de conclusion

Objectifs pédagogiques

Ouvrir un entretien de vente.

Découvrir les besoins et attentes du client par le questionnement et l'écoute.

Personnaliser et affiner ses argumentaires produits.

Savoir vendre pour répondre à un besoin.

Maîtriser les techniques de concrétisation de la vente.

Savoir amener les ventes additionnelles.

Public concerné

Cette formation est accessible : aux chefs de vente, commerciaux terrain et à ceux souhaitant acquérir les méthodes et les techniques de vente efficaces pour questionner, argumenter et conclure positivement.

Pré-requis

Aucun

Durée

14h00

Moyens Pédagogiques

Une pédagogie active :

- La formation est conçue pour être un véritable entraînement à partir des situations réalistes et vécues par les participants en situation de vente en magasin. Pour cela un atelier de découverte, des situations de vente, des typologies de clients, des objections les plus courantes, est animé dès le démarrage de la formation, il permettra la réalisation d'exercices et de jeux de rôles afin d'apporter une réponse concrète et opérationnelle.

Un découpage de la formation qui alterne :

- des trainings de découverte des concepts apportés, les participants réalisent collectivement des ateliers qui visent à leur faire prendre conscience de leur connaissance et des manques à acquérir,
- des trainings d'expérimentation, les participants s'impliquent, testent, s'entrainent et expérimentent pour s'approprier le comportement nouveau,
- des trainings d'opérationnalité, les participants produisent les outils, qui sont la concrétisation de leur réflexion et production collectives, qui seront utilisés dès leur retour en entreprise (trames de découverte, argumentaires, catalogue de réponses aux objections)

- L’ « après » vente pour fidéliser le client

Exercice : Travail sur la reconnaissance des signaux d'achat et des signaux de vigilance.
Jeux de rôle de synthèse : mener des entretiens de vente en magasin complets

6) Savoir amener les ventes additionnelles

- Anticiper les ventes additionnelles par une découverte pertinente
- Susciter le besoin chez le client
- Les conditions d’une bonne proposition complémentaire
- Quand et comment proposer ?

Mise en pratique autour de cas pratiques personnalisés

Evaluation du contrôle des connaissances

La formatrice évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de mises en situation et de travaux pratiques.

Mode de validation de la formation

Attestation de formation.