

Vendre en magasin : optimiser ses performances commerciales

Vente, relation client, marketing - 2019

Objectifs :

- Connaître et maîtriser les techniques de vente en B to C (Business to Consumer)
- Savoir écouter pour mieux conseiller : Identifier le décideur et répondre aux objections
- Apprendre à gérer sa marge en B to C

Participants :

- Commerçants, vendeurs magasin débutants ou autodidactes
- Responsables de magasin, responsables de stand, responsables de rayon
- Toute personne ayant à développer les ventes de produits ou de services auprès de particuliers (en B to C)

Prérequis :

Cette formation ne nécessite pas de prérequis

970 €

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



2 jours (14 heures)

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 25/11, 26/11

Le programme

Savoir accueillir son client

Connaître et maîtriser les techniques de vente en B to C

- Créer un climat de confiance immédiat, propice à la vente
- Identifier le décideur rapidement
- Connaître les clefs pour passer d'une étape à l'autre
- Maîtriser son plan de vente : objectifs et moyens pour chaque étape en fonction des produits ou services

Mieux conseiller pour mieux vendre

- Mettre en oeuvre son plan de vente
- Gérer l'espace pour mieux communiquer
- Questionner et reformuler pour comprendre
- Savoir adapter son discours, s'inscrire dans le dialogue et la relation avec le client
- Savoir réagir pour garder le pilotage de la vente

Engager la décision du client

- Construire un argumentaire : la méthode APB
- Les 4 C de la conviction en B to C
- Provoquer le désir d'achat par les motivations
- Détecter les signaux d'achat

Savoir répondre aux objections spécifiques au B to C

- Tirer profit des objections, l'art de les utiliser et les étapes pour répondre à une objection
- Savoir dire non
- Construire un référentiel de réponses aux objections (concurrent ou site internet moins cher, marchandage systématique...)
- Les objections les plus récurrentes en B to C

Oser conclure

- Détecter le bon moment pour conclure
- Obtenir l'accord du client
- Les trucs et astuces les plus souvent utilisés par les clients pour reporter l'achat

Apprendre à mieux gérer sa marge

- Les techniques pour préserver son prix
- La vente additionnelle : quand, comment ?
- La fidélisation propre à la vente en B to C
- Les dates

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques. Echanges, analyses de pratiques, mises en situation et cas réels d'entreprises. Support de formation remis aux participants. Groupe de 10-12 participants maximum.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation. Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.