

**Objectif de la formation :** Maîtriser les techniques de vente pour performer dans sa fonction de vendeur

### Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Réaliser un premier contact efficace permettant la continuité de la vente
- Recueillir les besoins et les attentes du client de façon structurée
- Lui proposer une solution adaptée à ses besoins
- Réaliser une argumentation personnalisée selon la typologie du client et les produits proposés
- Répondre aux objections émises et transformer la vente
- Conclure la vente et l'optimiser par de la vente supplémentaire
- Fidéliser son client

### Participants :

Sont concernés par cette formation tous les vendeurs du magasin

**Prérequis :** Aucun

### Compétences visées :

- Mener une vente de la phase de contact jusqu'à la concrétisation de la vente
- Adopter une posture orientée client

### Formation en présentiel

#### Méthodes pédagogiques :

Quizz amont de positionnement du stagiaire  
Activités découvertes et applicatives développées à partir de cas concrets  
Démonstrations basées sur théorie et méthodes  
Mises en situations sur des cas réels pour permettre l'appropriation des techniques et méthodes  
Quizz aval : bilan des acquis

**Ressources pédagogiques :** dossier digital partageant supports et documents de la formation

#### Méthodes d'évaluation :

Évaluations formatives réalisées au fur et à mesure de la progression de la formation  
Évaluation sommative des acquis/atteinte des objectifs

**Validation :** Attestation d'assiduité de formation

### Les plus de la formation :

Formation interactive organisée à partir de l'activité, du positionnement de l'entreprise.

**Durée :** 2 journées de formation de 7 heures

### Programme de formation :

#### 1. Définir les enjeux d'être professionnel de la vente

- Identifier la notion de techniques liée à la vente
- Faire le lien entre leur maîtrise et impacts sur les résultats, à l'échelle du magasin et de l'entreprise
- Lister les différents types de clients et de vendeurs et les impacts réciproques de leurs comportements
- Identifier les impacts de mon professionnalisme sur mon comportement et mon affirmation professionnelle et personnelle
- Valider l'intérêt et la nécessité des objectifs de vente

#### 2. Se préparer à accueillir le client

- Distinguer les quatre types de préparation
- Identifier les composantes de la communication impactant le premier contact avec le client
- Lister les différents points de contact avec le client
- Définir les attitudes et actions inhérentes à chacune de ces étapes

#### 3. Entrer en contact avec les clients

- Identifier rapidement l'attitude et la recherche de produit du client
- Déterminer les éléments d'appui qui permettront de poursuivre la vente et les techniques de questionnement appropriées

#### 4. Maîtriser le processus de la découverte des besoins

- Définir la notion d'écoute active auprès des clients
- Structurer la découverte des besoins
- Utiliser les différentes techniques de questionnement
- Déterminer les motivations et mobiles des clients

#### 5. Construire et valoriser l'argumentation

- Lister les solutions adaptées à la demande du client
- S'approprier la méthodologie pour argumenter
- Personnaliser son argumentation selon les différentes typologies de clientèle et différents produits
- Définir les techniques pour de faire se projeter le client

#### 6. Maîtriser le traitement des objections

- Identifier les différents types d'objections existantes
- S'approprier le processus de traitement des objections

#### 7. Conclure la vente

- Déterminer le bon moment pour conclure par les signaux émis par le client
- Distinguer les 3 techniques de conclusion
- Identifier les enjeux de la réalisation de ventes supplémentaires (complémentaires et additionnelles)
- Identifier les différentes étapes pour les transformer
- Lister les différentes techniques de fidélisation