

Accueillir le client et favoriser les ventes en magasin

Durée: 2 jours

Objectifs: Développer les compétences que doit maîtriser toute personne en point de vente : accueillir, convaincre et fidéliser ses clients. S'imprégner des attitudes fondamentales de la relation commerciale, optimiser son sens de la présentation et de la vente. Savoir élargir les besoins de son client : augmenter le panier moyen.

Profils: Responsables rayon et vendeurs en magasin, toute personne souhaitant progresser face à une clientèle en espace de vente.

Méthodes: Mises en situation intensives et jeux pédagogiques, auto diagnostic, quizz et jeux de rôle. Construction d'outils transposés au contexte professionnel. Analyse de cas et conseils personnalisés.

Prérequis: Aucun prérequis n'est nécessaire pour participer à cette formation.

Évaluation: L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices, mise en situation et étude de cas à réaliser. Le formateur remet en fin de formation une attestation avec les objectifs acquis ou non par le stagiaire.

Savoir accueillir le client, comment réussir le premier contact

- Qu'est-ce que la démarche commerciale en magasin
- Les bonnes attitudes à adopter
- Soigner le premier contact
- Donner envie d'acheter
- Mentalité et attitudes fondamentales dans la satisfaction des besoins du client

Développer les aptitudes à communiquer

- Mieux se connaître pour mieux comprendre les autres
- Repérer son mode de fonctionnement : identifier points forts & points de progression
- La communication non verbale
- La composante émotionnelle : créer un climat de confiance avec son client
- L'écoute active et les techniques de reformulation
- S'exprimer avec des mots clairs et positifs, intégrer les mots de l'interlocuteur

Identifier les étapes clés de la démarche de vente en magasin

- Accueillir le client
- Découvrir et identifier rapidement les besoins du client
- Présenter les produits en s'appuyant sur les besoins identifiés
- Susciter l'intérêt
- Savoir mettre en avant les points forts de son produit, de son offre
- Forces et faiblesses : concurrence, rapport qualité / prix, environnement
- Conclure la vente, discerner les signaux d'achat

Développer la vente additionnelle

- Maîtriser parfaitement son offre
- Mettre en avant ses produits (ex : produits à dates courtes)
- Maîtriser l'espace de vente et l'observation
- Connaître l'historique de son client : typologies d'achats, saisonnalité
- Découvrir les besoins non formulés et aller au-delà
- Faire naître le besoin chez son client
- Maîtriser les techniques de vente complémentaire
- Savoir faire face aux objections

Fidéliser ses clients

- Générer un climat relationnel de sécurité, de confiance
- Inscrire la démarche commerciale dans le temps : développer une relation de fidélisation
- Développer la qualité de service (ex : accompagner le client jusqu'à sa voiture et porter ses achats)
- Véhiculer une image positive de l'entreprise / du service