

**Durée :** 2 jours.

**Public :**

Responsables de magasins, responsables d'équipes commerciales. Dernière MAJ : Avril 2024

**Objectifs :**

S'impregner des attitudes fondamentales de la relation commerciale, acquérir un sens de la présentation et de la vente. Comprendre la segmentation clientèle et les attentes, garder sa clairvoyance pour ne pas perdre les opportunités. Transmettre une expertise, un savoir à ses collaborateurs et faire retenir le maximum dans le temps imparti.

**Pré-requis :**

Aucun prérequis n'est nécessaire pour participer à cette formation si ce n'est être en situation de management.

**Méthodes :**

Des jeux de rôles destinés à simuler des situations opérationnelles permettront d'évaluer les points forts et les points à améliorer de chaque participant. Vous utilisez une méthode éprouvée pour construire et animer une mini séquence de formation. Analyse de cas et conseils personnalisés.

**Évaluation :**

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers de 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.

Dernière MAJ : Avril 2024

## Les fondamentaux de la pédagogie pour adulte

Le participant, son caractère et ses comportements  
La prise en compte des besoins individuels et collectifs  
Les rythmes d'apprentissage

### Comment réussir le premier contact avec le client

Qu'est-ce que la démarche commerciale  
Poser le cadre  
Psychologie de la vente et psychologie du client  
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 mon mode de fonctionnement  
Identifier mes points forts et mes points de progression  
La communication non verbale  
La composante émotionnelle : créer un climat de confiance  
L'écoute active et les techniques de reformulation  
S'exprimer avec des mots clairs et positifs, intégrer les mots de l'interlocuteur

### Développer l'argumentaire

En s'appuyant sur les besoins identifiés  
Savoir mettre en avant les points forts de l'offre  
S'adresser à un auditoire  
Ne pas nier les points faibles et les utiliser  
Forces et faiblesses : concurrence, rapport qualité / prix, environnement

## Identifier les étapes clés de la démarche de vente en magasin

Découvrir et recueillir les besoins et attentes / motivations  
Argumenter et mobiliser l'attention du client  
Présenter le produit  
Négocier et conclure la vente

### Adapter son comportement aux situations difficiles

Identifier les objections : leur signification, comment les traiter  
Les mécontentements les plus fréquents  
Les freins et objections

Faire face aux questions, aux contradictions  
Apprendre à caler une présentation commerciale  
Comprendre tous les types de besoins psychologiques  
Garder sa clairvoyance face aux réactions pour mieux rebondir

### Savoir conclure

Quand et comment conclure  
Générer un climat relationnel de sécurité  
Les stratégies de prise de décision  
Inscrire la démarche commerciale dans le temps  
Développer une relation de partenariat

### Évaluer les acquis de formation de vos collaborateurs

Évaluer les acquis tout au long de votre séquence de formation