

COMMERCIAL

Vendre au comptoir

Référence : ACLVENDCOM

Objectifs : Acquérir les techniques et réflexes pour satisfaire le client	
Prérequis : Débutant	
Public : Vendeurs comptoir ou en magasin	
Niveau : Débutant	Durée standard : 2 jours
Pédagogie : alternance d'apports théoriques et nombreux exercices de mise en pratique	
Moyens pédagogiques : outils pédagogiques adaptés, ordinateur et vidéoprojecteur pour l'animateur	Évaluation des acquis : Mise en pratique à l'aide d'exercices en autonomie avec retours individuels et collectifs
Suivi après formation : <ul style="list-style-type: none"> • Certificat de stage • Bilan de formation rempli par le formateur 	
<ul style="list-style-type: none"> • Évaluation de satisfaction à chaud remplie par l'apprenant • Un ouvrage de référence (remis en formation) 	

Nos plans de cours standards sont adaptables sur demande tant en termes de contenu que de durée : nous contacter

Contenu standard

Cocher les OBJECTIFS

Les titres en gras feront l'objet de l'évaluation des acquis

La mise en pratique régulière, et dans un délai court, suite à l'action de formation est une condition de réussite

	définis lors du tour de table	traités durant la formation
L'influence du vendeur pour satisfaire le client	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les différents types de besoins	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Accueillir, conseiller, vendre, fidéliser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ecouter, observer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Répondre aux besoins sous-jacents du client pour augmenter sa satisfaction	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'accueil et la prise de contact	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les mots, la voix, le regard : Gérer l'affluence et créer le lien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rendre le client unique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le conseil et la vente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Différencier demande et besoin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La découverte du besoin et les outils	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Éviter les pièges de la communication	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les questions, la reformulation, le silence, et l'écoute empathique : découvrir les besoins et la sensibilité du client	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La vente alternative et la vente additionnelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comment diriger le client vers un autre produit lors d'une rupture de stock ? Comment l'argumenter ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Questionner sur l'usage, les besoins complémentaires, et non sur les caractéristiques du produit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Identifier les produits liés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Compléments :

.....

.....