

ACCUEILLIR AUTREMENT ET AMELIORER SES VENTES EN MAGASIN

LE CONSTAT

D'un côté les collaborateurs s'appuient beaucoup sur leur connaissance technique et d'un autre côté le comportement et les attentes des clients évoluent. Cette évolution est en partie dû à la conjoncture actuelle et aux nouvelles habitudes d'achats des clients (notamment par le biais du commerce en ligne). Le commerce physique a toute sa place, mais pour vendre avec plus d'aisance et plus de performance, c'est avant tout aux collaborateurs de s'adapter !

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable :

- Comprendre les nouveaux comportements d'achat des consommateurs et les attentes associées
- Bâtir une relation basée sur la confiance avec son client
- Développer les indicateurs de performance du point de vente.

Afin de comprendre la mission du commerçant bienveillant et à l'écoute de ses clients.

LE PROGRAMME :

A - Les 4 modes de communication

- Découvrir les 4 modes de communication
- Identifier les 4 modes de communication
- Communiquer en utilisant les différents modes de communication
- Découvrir les modes de communication dominants des clients pour s'adapter à eux.

B – La gestion des conflits

- C'est quoi un cadre de référence ?
- PPJ, les 3 fondamentaux pour être un bon communicant (Positif, Présent, Je)
 - o Questions « sottes » comment répondre ?
 - o Client qui ne dit pas bonjour, quelle attitude à adopter ?
 - o Gestion des conflits (ECES).



A – La vente projet

- Pour quoi (pour quoi faire) la vente projet ?
- Comment réaliser une vente en mode projet ?
- Travailler son questionnement
- Travailler son écoute
- Créer son plan de découverte (en fonction de son secteur dans le PDV) puis entraînements.

B – Savoir conclure

- Comment répondre aux objections (C'est cher, j'ai vu le même produit sur internet et moins cher...)
- Pourquoi les clients font-ils des objections ?
- Quelles sont les différentes objections ?
- Quel est l'intérêt des objections ?
- Entraînements spécifiques réponses aux objections.

LA METHODE PEDAGOGIQUE

Méthode active :

- Support-vidéo exclusif et interactif (Réalisé en entreprise pour mieux se projeter et faciliter la compréhension et l'assimilation)
- Mises en situation de chaque participant à partir de cas concret en relation avec sa pratique.

Affirmative :

- Apports théoriques du formateur pour développer les connaissances des apprenants.

Interrogative :

- Le formateur par de l'expérience des apprenants

LES PLUS DE LA FORMATION

Une progression sur mesure : chaque participant progresse grâce à des exercices personnalisés

La valorisation de soi : chacun valorise son « capital image » grâce aux conseils d'un professionnel en communication.

LE PUBLIC ET PRE REQUIS

Être en charge du management, de la relation client et du commerce ou susceptible de le devenir rapidement – Chefs d'entreprise, collaborateurs, managers, hôtesse d'accueil et de caisse débutants et/ou confirmés présents sur la surface de vente.

LES MODALITES ET DELAI D'ACCES

Dates à convenir selon accord contractuel à négocier.



LES MODALITES D'EVALUATION DES ACQUIS

Synthèse et plan d'actions élaboré par le stagiaire, validé par le formateur et présenté au chef d'entreprise + débrief de la formation élaboré par le formateur et présenté au chef d'entreprise.

LA DUREE

2 Jours (14 heures).

LE NOMBRE DE PARTICIPANTS

Maximum 8.

LE TARIF

Forfaitaire selon accord contractuel négocié.

ACCESSIBILITE AU PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Nos formations sont accessibles aux personnes à mobilité réduites dans les locaux des clients ou des salles de formation loués
Pour tout autre type de handicaps, nous contacter au préalable pour étude.

Copyright © Mars 2024

SARL au capital de 16 500 € - Siret 51478719100014 – R.C.S Le Mans 514 787 191 – Code APE 8559A
Mobile : 06 10 47 09 41 – Site www.ol2v-formation.fr – Email : ol2v@orange.fr