

# MOTIVU'P : PROPOSER LES SERVICES POUR AMELIORER LES VENTES DU MAGASIN

## LE CONSTAT

L'évolution du paysage commercial force, aujourd'hui, les entreprises à marquer une différence de prestations entre le e-commerce et le **commerce de proximité**. Le commerce « physique » doit faire la différence en mettant en avant la qualité des services et la notion de **relation client**.

## LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- Identifier tous les services de l'enseigne
- Proposer et valoriser tous les services du magasin
- Contribuer au développement commercial et au professionnalisme des salariés du magasin

Afin de devenir un(e) vendeur(euse) conseil professionnelle au service des clients du magasin.

## LE PROGRAMME :

### A – L'offre de services du PDV

- Pour quoi (pour quoi faire) proposer les services de l'enseigne ?
- Identifier et connaître tous les services présents dans son magasin

### B – Professionnaliser son discours commercial

- Construire ses arguments avec la méthode CAB : personnaliser les bénéfices client de l'offre
- Valoriser les services pour être perçu comme une vraie valeur ajoutée par le client
- Pourquoi les clients font-ils des objections ?
- S'appuyer sur les objections pour conclure la vente (c'est cher ? Sur internet c'est moins cher, je n'ai pas de véhicule pour transporter mes achats...)
- Cultiver l'excellence client avec les services de son magasin.



## **E – De la théorie à la pratique**

- Connaître les attentes du client, argumenter avec efficacité, valoriser son offre et répondre aux objections
- Entraînements/exercices/jeux de rôles en situation réelle client/vendeur(euse).

## **LES METHODES PEDAGOGIQUES**

### 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 concrets en relation avec sa pratique.

### Méthode affirmative :

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

### Méthode interrogative :

- Le formateur part 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 relation client et en développement commercial.

## **LE PUBLIC ET PRE REQUIS**

Vendeur ou vendeuse magasin, hôte ou hôtesse de caisse, chef(fe) de magasin ou manager(euse) commercial débutants et/ou confirmés présents sur la surface de vente.

## **LES MODALITES ET DELAI D'ACCES**

Dates à convenir selon accord contractuel à négocier  
Mise à disposition d'aide à la connexion TEAMS possible.

## **LES MODALITÉS D'ÉVALUATION DES ACQUIS**

Quiz en début et en fin de formation afin de mesurer les acquis des participants  
Questionnaire d'évaluation de la formation renseigné par le stagiaire + compte rendu du formateur.

## **L'ORGANISATION DE LA FORMATION**

Cette formation est réalisée entièrement à distance en utilisant l'application TEAMS.



3h00.

### **LE TARIF**

Forfaitaire selon accord contractuel négocié.

### **ACCESSIBILITÉ AU PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP**

Nos formations sont accessibles aux personnes à mobilité réduite ayant accès à un système supportant la classe virtuelle TEAMS.

Pour tout autre type de handicaps, en particulier lié à l'utilisation intensive d'écran (handicap sensoriel, épilepsie des jeux), 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](http://www.ol2v-formation.fr) – Email : [ol2v@orange.fr](mailto:ol2v@orange.fr)