

OBJECTIFS

- Accroître son efficacité dans la relation client, s’y sentir plus à l’aise
- Garder la maîtrise de la relation commerciale et être capable de vendre des produits complémentaires de la prestation de service
- Optimiser la communication commerciale et appréhender le conseil comme le prolongement naturel de la prestation de service
- Créer de la valeur pour son client afin de le fidéliser et générer ainsi une rentabilité commerciale durable
- Et par conséquent savoir vendre le produit et non son prix
- Savoir se situer dans l’action commerciale globale de l’entreprise

COMPÉTENCES ACQUISES

- Gérer la relation client dans sa globalité et dans toutes ses étapes
- Maîtriser les techniques de ventes fondamentales : comprendre les besoins du client et ses motivations, saisir l'art de le convaincre et savoir conclure une vente
- S’adapter aux comportements de ses interlocuteurs et éviter les situations conflictuelles
- Améliorer sa force de conviction et asseoir son leadership en comprenant l’importance de la dimension relationnelle comportementale

PARTICIPANTS

- Dirigeants
- Personnel commercial de PME/PMI
- Commerçants, artisans, créateurs d’entreprise.

DÉMARCHE ET MÉTHODE PÉDAGOGIQUES

- Méthode inductive : le stagiaire avec l’aide du formateur...
 - ✚ Observe
 - ✚ Contextualise
 - ✚ Conceptualise
 - ✚ Recontextualise - Observation par le formateur des pratiques des stagiaires
- Pédagogie interactive. Jeu des « questions – réponses » avec le formateur et construction par le stagiaire de son propre savoir.
- Études de cas concrets abordés de façon ludique, à partir des expériences et des problématiques propres à chaque participant qui permettent au stagiaire d’appliquer rapidement ses nouvelles connaissances aux situations internes à l’entreprise.

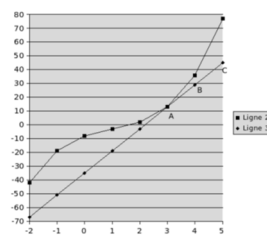
MOYENS PÉDAGOGIQUES ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Vidéo projecteur
- Tableau blanc, paper board.
- PC connecté à Internet
- Équipement multimédia
- Supports écrits fournis et conservés par l'apprenant : supports de cours, études de cas et exercices (sujets et corrigés), bibliographie et webographie.

ÉVALUATION

- Une attestation de fin de stage est remise à chaque participant.

La formation est assurée par un professionnel de la vente



Chiffre d'affaires et marges

Voici les étapes de la formation...

1^{ère} partie : adopter un concept qui se décline aisément

➤ **Bien se positionner face aux clients**

- La définition d'un concept : un atout supplémentaire
- L'offre commerciale : définition, positionnement et attractivité
- Le repérage de la cible
- La politique de prix
- La connaissance exacte de ses marges.

➤ **Soigner l'esthétique du lieu de vente**

- L'espace
- La vitrine
- La lumière
- Le décor
- L'ambiance
- Les codes couleur.

2^{ème} partie : donner l'imager d'un grand professionnalisme

➤ **Gérer son image et celle de son établissement**

- L'image de marque, vecteur de communication
- La valorisation de soi et de son lieu de vente
- La connaissance de son style de vente

➤ **Instaurer la confiance**

- Savoir identifier rapidement le client (besoin, budget, profil, etc.)
- Savoir conseiller et non pas vendre à tout prix
- Mettre de la conviction et savoir convaincre
- Savoir susciter l'achat spontané sans contrainte

➤ **Mieux communiquer**

- Les conséquences positives au quotidien d'une bonne communication
- Les spécificités de la communication commerciale
- L'important n'est pas ce que l'on dit, mais ce que l'autre retient !

- Les règles de base d'une bonne communication
- La communication non verbale
- Stress et communication
- Jeux de rôle
- Les scénarii à succès

3^{ème} partie : maîtriser la relation client

➤ La mission du vendeur : satisfaire le client à travers son achat

- Créer de la valeur pour le client
- Repérer ses attentes et le degré de satisfaction qu'il espère retirer de son achat
- Identifier ses besoins
- Ajouter plus de conseil, plus d'éthique
- Ne pas vendre un prix mais un produit
- Donner envie au client d'acheter. Identifier ses avantages concurrentiels
- Apprendre à ne pas sauter les étapes de la démarche commerciale

➤ Mais le vendeur doit aussi défendre l'intérêt de son entreprise

- S'inscrire dans la politique commerciale « maison »
- Etre l'ambassadeur de son entreprise, fier d'y travailler
- Fidéliser le client
- Repérer ses points forts et ses points faibles personnels

➤ La première étape de la vente : l'accueil

- Soigner son aspect et apprendre à sourire et à user de diplomatie
- Montrer à la fois dynamisme et force de conviction mais aussi retenue et discrétion
- Garder son self control

➤ La deuxième étape : détecter les besoins du client

- Développer un comportement d'écoute active
- Obtenir les informations utiles
- Identifier clairement les besoins et attentes du client
- Utiliser un vocabulaire et un ton adaptés.
- Acquérir l'art du questionnement (alternance de questions fermées et ouvertes, etc.)
- Et l'art de la reformulation, et du résumé,.....).

➤ **La troisième étape : comprendre les motivations et le comportement d'achat du client**

- Dessiner rapidement son profil psychologique
- Repérer ses motivations et ses mobiles
- Découvrir ses freins éventuels

➤ **Conseiller une solution au client en sachant l'argumenter**

- Choisir une proposition adaptée aux besoins.
- Formuler un avantage décisif pour le client.
- Argumenter de façon percutante.

➤ **Faire face aux objections des clients**

- 1^{ère} règle : bien connaître son produit !
- Éviter les situations de blocage grâce à l'empathie.
- Appliquer les méthodes pour répondre efficacement et savoir argumenter
- Relancer l'intérêt du client : le bon moment, le choix des mots.

➤ **Conclure la vente**

- Quand et comment conclure la vente ?
- Encaisser
- Évaluer la satisfaction du client
- Prendre congé du client.

➤ **Participer à toutes les tâches en amont et en aval de la vente**

- L'approvisionnement des rayons (gammes, facing, ...)
- La mise en valeur de l'espace de vente et de la vitrine et des présentoirs
- Le soin apporté à l'ambiance
- L'étiquetage des produits
- La mise en avant des marchandises

Conclusion

Pour plus d'informations :

<https://djem.fr/catalogue/le-conseil-au-client-facteur-cle-pour-mieux-vendre-2/>