

VENDEUR CARREAU : AMELIOREZ VOS VENTES

OBJECTIFS

Développer l'argumentaire en valorisant l'offre du Commerce de Gros.
Structurer l'entretien, garder l'ascendant sur son interlocuteur et le guider jusqu'à la conclusion.

PUBLIC / PRE-REQUIS / EFFECTIF

Vendeurs, Commis-vendeurs et Aide-vendeurs carreau.

Groupes de 5 à 10 personnes (conditions optimales).

DUREE

2 jours (14 heures).

MOYENS PEDAGOGIQUES TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

Stage animé par un consultant spécialiste des forces de vente – audit et diagnostic auprès de PME / TPE.

Exposés / Etudes de cas pratiques / Exercices de simulations (avec outils audio vidéo).

Un support est remis à chaque participant.

METHODE ET OUTILS D'EVALUATION / SANCTION DE LA FORMATION

A chaque phase du programme, un questionnaire et/ou un exercice pratique permet au participant et au formateur de mesurer les acquis, les points non intégrés ou mal assimilés.

Une attestation de présence sera remise en fin de stage.

PROGRAMME

LA VENTE CARREAU

Spécificités / Priorités

Les clients : typologie / attentes

La fonction Vente et ses composantes

Gérer son temps, l'affluence du rayon

LA COMMUNICATION EFFICACE

Principes de base / Ecoute active et reformulation / Synthèse

Attitudes et comportements / Entrer en relation

COMPRENDRE LE CLIENT (application pratique)

Poser les bonnes questions

Relancer le dialogue, faire parler le prospect : activité, fournisseurs...

L'écoute active / Analyser la demande et ses motivations

CONSEILLER POUR CONVAINCRE (application pratique)

Présenter la gamme produits,

S'adapter : l'argumentaire spécifique / Promouvoir son offre : l'impact des mots

Faire une offre de prix : les formulations à bannir

Faire dire OUI : les techniques de conclusion

OBJECTIFS CONVAINCRE (les situations difficiles)

Justifier son prix en le négociant

Les objections du client :

accueillir et réfuter

attitudes d'ouverture

Les mots et expressions qui vendent

Conclure positivement au moment opportun

LA RECLAMATION CLIENT

Accueillir et faire parler / Approche relationnelle

Répondre : les formulations positives (voix, intonation)

Envisager la suite commerciale (indices de satisfaction) /

Renforcer le partenariat