



2
Jours

La vente en magasin et / ou comptoir de distribution

dans COMMERCIAL - TECHNIQUES DE VENTE / Réf : CIAL-VENT-13

Objectifs de la formation

- Mener un entretien de vente de produits et de prestations de services en magasin
- Consolider l'acte de vente lors de l'expérience client en magasin
- Intégrer les objectifs fixés pour organiser sa journée de vente

Programme de la formation

A l'issue de la formation, les participants seront préparés à :

Jour 1 - Matin

1. Mener un entretien de vente de produits et de prestations de services en magasin

- Découvrir les besoins et motivations d'achat
- Identifier les freins et reformuler les besoins
- Rechercher les solutions adaptées au besoin du client parmi l'ensemble de l'offre de l'enseigne
- Proposer les solutions et les argumenter

2. Présenter son produit avec efficacité et professionnalisme

- Les grands principes de l'argumentation ou de la présentation d'un produit (Caractéristiques, Avantages, Bénéfice client et Preuves)
- La démonstration d'un produit, pourquoi ?
- Le cas d'une présentation multiple de produit

Jour 1 - Après-midi

3. Adapter sa communication

SAS LEXOM

au capital de 25 000,00 €

Siège social : 155 Avenue René Privat - 07000 PRIVAS

N° SIRET : 510 869 274 00066 - RCS Aubenas

Code NAF : 85.59A / N° TVA Intra : FR 74510869274

GROUPE
LEXOM

LES FILIALES DU GROUPE LEXOM :

LEXOM

someformpro
formation professionnelle

supipgv
école supérieure

BIOFORMATION

DEFI3
TRANSFORMER SONNÉE DE FORMATION

ALTERCLASS

IRFA

FRANCE CARRIÈRE



- Adapter son discours
- Employer un vocabulaire positif
- Les outils de la communication : écoute active, questionnement, reformulation
- Susciter la confiance

4. Réussir sa prise de congés

- Conclure une vente
- Rassurer le client sur son achat
- Fidéliser le client
- Informer sur un prochain événement
- Raccompagner le client

Jour 2 - Matin

5. Consolider l'acte de vente lors de l'expérience client en magasin

- Participer à l'animation de la communauté virtuelle de l'enseigne
- Accompagner un client dans la recherche de solution
- Traiter les réclamations courantes

Jour 2 - Après-midi

6. Intégrer les objectifs fixés pour organiser sa journée de vente

- Utiliser les calculs commerciaux pour évaluer les résultats
- Suivre ses ventes au quotidien et anticiper en tenant compte du calendrier promotionnel et des objectifs de vente
- Détecter des écarts par rapport aux objectifs et en analyser les causes
- Proposer des actions pour corriger les écarts et atteindre de nouveaux objectifs fixés par sa hiérarchie

Pré-requis

Aucune connaissance préalable n'est requise pour suivre cette formation



Public cible

Commercial sédentaire ou toute personne amenée à argumenter face à un client dans un contexte de vente en magasin ou de comptoir de distribution

Pédagogie

Méthodes pédagogiques

- Notre pédagogie est adaptée aux participants et aux spécificités de leur métier. Le stagiaire, au centre du processus d'apprentissage, pourra interagir avec le formateur et les autres participants en faisant part de ses expériences.
- La pédagogie que nous mettons en avant favorise l'assimilation par des outils variés, tels que le jeu pédagogique ou la mise en situation. Véritables leviers de motivation, ces outils interviennent en complément des savoirs transmis directement par le formateur, et permettent à ce dernier de s'inscrire dans une démarche de facilitateur et d'intermédiaire dans l'apprentissage.

Modalités d'évaluation

- Les acquis des participants seront mesurés tout au long de la session de formation.
- L'évaluation privilégiera l'aspect formatif et les interactions participant/formateur. Elle pourra éventuellement prendre l'aspect d'un QCM.
- Une attestation de fin de formation reprendra l'ensemble des objectifs pédagogiques de la formation et sanctionnera l'acquisition des savoirs du participant.

