



DÉPARTEMENT MERCHANDISING ET DISTRIBUTION

Partenaire-conseil de la distribution

Conseil - Etudes - Ingénierie - Formation

Accueil et techniques de vente Multi-rayons

Catalogue de formation



Sommaire

LES STAGES..... PAGES

COMMERCE

BIEN VENDRE ET AMÉLIORER SES PERFORMANCES..... 6

BIEN ACCUEILLIR LE CLIENT ET BIEN VENDRE..... 7

LES MODULES PAGES

MODULE 1 BIEN ACCUEILLIR LE CLIENT..... 11

MODULE 2 BIEN VENDRE..... 12

MODULE 3 RÉUSSIR ET AMÉLIORER SES VENTES..... 13

PUBLIC :

Responsables de rayon
Adjointes de rayon
Employés

DURÉE : 3 jours

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Utilisation de la vidéo-projection
Exercices d'application
Jeux de rôle en salle et en magasin
Mise en situation vidéo filmées et autodiagnostic et plan d'actions personnalisé

OUTILS :

Guide de Formation

Objectifs

*Accroître les connaissances commerciales des stagiaires pour leur permettre de mieux vendre leurs produits.
Savoir développer un argumentaire de vente en relation avec la demande du client et savoir répondre aux objections éventuelles.
Savoir développer un argumentaire de vente adapté à chaque type de produit en ayant la maîtrise des fiches techniques
Pouvoir conseiller le client sur l'utilisation et la conservation des produits
Connaître les argumentaires, les différents niveaux de qualité et les objections éventuelles spécifiques à chaque produit
Connaître les différents types de vente additionnelle, savoir identifier les opportunités de proposition de vente additionnelle et savoir argumenter sur un produit afin de susciter l'achat d'impulsion supplémentaire*

Contenu

BIEN CONNAÎTRE LE CONSOMMATEUR ET L'UNIVERS MARCHAND

Historique et avenir de la relation client /Grande distribution
La typologie des clients
Motivation des consommateurs (SONCAS, pyramide de Maslow)
Les attentes du consommateur vis-à-vis du magasin
Les freins à l'achat
L'évolution de la consommation

MAÎTRISER LA VENTE

Le rôle du vendeur dans la relation avec le client
L'accueil du client
Le balisage, l'affichage et l'environnement conformes aux engagements
La communication au service de la vente
Mise en avant des promotions et opération commerciales
Traitement des réclamations
Effectuer son autodiagnostic de comportement à la vente
Identification des difficultés rencontrées à la mise en œuvre des techniques étudiées
Identification des difficultés à remettre en question ses attitudes et comportements en situation de ventes
Identification des difficultés d'adaptation aux différentes typologies comportementales de la clientèle
Elaboration d'un plan d'actions de progrès
Savoir développer un argumentaire de vente adapté aux produits
Connaissance des spécificités d'un produit
Fiche d'argumentation et d'objection spécifique à un produit donné
Savoir conseiller le client sur l'utilisation d'un produit
- Les produits de substitution
- Les associations de produits
Savoir proposer une vente additionnelle
- Les ventes complémentaires
- Les ventes supplémentaires
- L'achat d'impulsion
- Identification du moment d'intervention
Connaître les phrases correspondant aux situations
Le vocabulaire à utiliser et celui qui est à bannir
Les bonnes phrases au bon moment

BIEN ACCUEILLIR LE CLIENT ET BIEN VENDRE

Objectifs

*Savoir se rendre disponible et développer une attitude d'accueil positive
Savoir maîtriser les situations inattendues et répondre rapidement à toutes les demandes*

Accroître les connaissances commerciales des stagiaires pour leur permettre de mieux vendre leurs produits.

Savoir développer un argumentaire de vente en relation avec la demande du client et savoir répondre aux objections éventuelles.

Savoir développer un argumentaire de vente adapté à chaque type de produit en ayant la maîtrise des fiches techniques

*Pouvoir conseiller le client sur l'utilisation et la conservation des produits
Connaître les argumentaires, les différents niveaux de qualité et les objections éventuelles spécifiques à chaque produit*

Connaître les différents types de vente additionnelle, savoir identifier les opportunités de proposition de vente additionnelle et savoir argumenter sur un produit afin de susciter l'achat d'impulsion supplémentaire

Contenu**DÉVELOPPER UNE ATTITUDE D'ACCUEIL ET DE DISPONIBILITÉ**

Le vocabulaire d'accueil et le langage non verbal
Les différents types d'attitudes

ANALYSER ET TRAITER LES OBSTACLES À LA COMMUNICATION

Le maintien de l'écoute active
La maîtrise du stress et de l'émotivité

MAÎTRISER LES SITUATIONS INATTENDUES

Gestion des situations conflictuelles et de l'attente
Le maintien du contact avec le client

BIEN CONNAÎTRE LE CONSOMMATEUR ET L'UNIVERS MARCHAND

Historique et avenir de la relation client /Grande distribution
La typologie des clients
Motivation des consommateurs (SONCAS, pyramide de Maslow)
Les attentes du consommateur vis-à-vis du magasin et les freins à l'achat
L'évolution de la consommation

MAÎTRISER LA VENTE

Le rôle du vendeur dans la relation avec le client
La communication au service de la vente
Mise en avant des promotions et opération commerciales

EFFECTUER SON AUTODIAGNOSTIC DE COMPORTEMENT À LA VENTE

Identification des difficultés rencontrées à la mise en œuvre des techniques étudiées
Identification des difficultés à remettre en question ses attitudes et comportements en situation de ventes
Identification des difficultés d'adaptation aux différentes typologies comportementales de la clientèle
Elaboration d'un plan d'actions de progrès

SAVOIR DÉVELOPPER UN ARGUMENTAIRE DE VENTE ADAPTÉ AUX PRODUITS

Connaissance des spécificités d'un produit
Fiche d'argumentation et d'objection spécifique à un produit donné

SAVOIR CONSEILLER LE CLIENT SUR L'UTILISATION D'UN PRODUIT

Les produits de substitution
Les associations de produits

SAVOIR PROPOSER UNE VENTE ADDITIONNELLE

Les ventes complémentaires et supplémentaires
L'achat d'impulsion et l'identification du moment d'intervention

CONNAÎTRE LES PHRASES CORRESPONDANT AUX SITUATIONS

Le vocabulaire à utiliser et celui qui est à bannir
Les bonnes phrases au bon moment

PUBLIC :

Responsables de rayon
Adjoints de rayon
Employés

DURÉE : 4 jours

MÉTHODES**PÉDAGOGIQUES :**

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Utilisation de la vidéo-projection
Exercices d'application
Jeux de rôle en salle et en magasin
Mise en situation vidéo filmées et autodiagnostic et plan d'actions personnalisé

OUTILS :

Guide de Formation

Objectifs

Savoir se rendre disponible et développer une attitude d'accueil positive
Savoir traiter et analyser les obstacles à la communication
Savoir maîtriser les situations inattendues et répondre rapidement à toutes les demandes
Savoir répondre rapidement et efficacement à toutes les demandes émanant de la clientèle

Contenu

A Développer une attitude d'accueil et de disponibilité

- A1 L'empathie, le bonjour, l'au revoir,
- A2 Attitudes ouvertes, attitudes fermées
- A3 Le langage non verbal, le sourire
- A4 Tenue, postures et apparence physique positives

B Analyser et traiter les obstacles à la communication

- B1 Maintien de l'écoute active
- B2 Traitement de la voix : modulation, débit, intonation
- B3 Choix personnalisé des mots en fonction des interlocuteurs et des situations
- B4 Moyens de lutter contre le stress et l'émotivité

C Maîtriser les situations inattendues

- C1 Traitement du besoin d'information
- C2 Gestion des situations conflictuelles et critiques
- C3 Gestion des files d'attente.
- C4 Maintien du contact en toutes circonstances

D Répondre efficacement et rapidement à toutes demandes

- D1 Diagnostic de la demande ou du besoin
- D2 Les différentes formes de questionnement
- D3 Recueil des informations nécessaires pour une aide efficace du client
- D4 Mise en évidence des priorités
- D5 La gestion rapide et efficace d'un entretien avec la clientèle

PUBLIC :

Responsables de rayon
 Adjoints de rayon
 Employés

DURÉE : 1 jour

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle,
 Apport de l'animateur,
 utilisation de la vidéo
 projection
 Exercices d'application,
 jeux de rôle en salle et
 en magasin
 Mise en situation
 vidéo filmées et
 autodiagnostic et
 plan d'actions
 personnalisé

OUTILS :

Guide de formation

PUBLIC :

Responsables de rayon
Adjoints de rayon
Employés

DURÉE : 2 jours

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Utilisation de la vidéo projection
Exercices d'application
Jeux de rôle en salle et en magasin
Mise en situation vidéo filmées et autodiagnostic
Plan d'actions personnalisé

OUTILS :

Guide de Formation

Objectifs

Accroître les connaissances commerciales des stagiaires pour leur permettre de mieux vendre leurs produits.

Appréhender sa clientèle, rechercher ses besoins, en adéquation avec et les évolutions des attitudes de consommation.

Savoir développer un argumentaire de vente en relation avec la demande du client et savoir répondre aux objections éventuelles.

Orienter les choix de la clientèle, la conseiller, lui proposer des achats complémentaires ou supplémentaires, et la fidéliser.

Améliorer l'assurance commerciale des participants pour améliorer leurs performances et leur professionnalisme.

Contenu

A Bien connaître le consommateur et l'univers marchand

- A1 Historique et avenir de la relation client /Grande distribution
- A2 Les habitudes de consommation
- A3 Le comportement des consommateurs
- A4 La typologie des clients
- A5 Motivation des consommateurs (SONCAS, pyramide de Maslow)
- A6 Comportement d'achats observés en magasin
- A7 Les attentes du consommateur vis-à-vis du magasin
- A8 Les freins à l'achat
- A9 L'évolution de la consommation
- A10 La spécialisation métier

B Maîtriser la vente

- B1 Définition de la vente
- B2 Le rôle du vendeur dans la relation avec le client
- B3 L'adaptation du vendeur face aux demandes des clients
- B4 Les attentes du client
- B5 L'accueil du client
- B6 Le balisage, l'affichage et l'environnement conformes aux engagements
- B7 Les points clés du service
- B8 La communication au service de la vente
- B9 Les règles de base de la communication
- B10 Les conditions d'une bonne communication
- B11 La reformulation
- B12 Le comportement du vendeur et l'attitude de service
- B13 LA structure de l'entretien de vente
- B14 La prise de contact
- B15 Écoute et perception de besoins
- B16 Argumentaire et conseils
- B17 Réponses aux objections
- B18 Conclusion de la vente
- B19 La vente additionnelle
- B20 Mise en avant des promotions et opération commerciales
- B21 Traitement des réclamations

RÉUSSIR ET AMÉLIORER SES VENTES

Objectifs

Permettre la consolidation de ses connaissances sur les techniques de vente et les typologies de client.

Pouvoir effectuer son propre diagnostic sur les problématiques spécifiques à leurs mises en applications pratiques.

Savoir développer un argumentaire de vente adapté à chaque type de produit en ayant la maîtrise des fiches techniques.

*Pouvoir conseiller le client sur l'utilisation et la conservation des produits
Connaître les argumentaires, les différents niveaux de qualité et les objections éventuelles spécifiques à chaque produit.*

Connaître les différents types de vente additionnelle, savoir identifier les opportunités de proposition de vente additionnelle et savoir argumenter sur un produit afin de susciter l'achat d'impulsion supplémentaire.

Connaître les phrases correspondant aux situations possibles et les mots d'accroche.

Contenu

A Consolider ses connaissances en techniques de vente et typologie des clients

- A1 Les points du service
- A2 Les attentes de la clientèle
- A3 L'accueil et la découverte du client
- A4 L'entretien de vente et la fidélisation de la clientèle

B Effectuer son autodiagnostic de comportement à la vente

- B1 Identification des difficultés rencontrées à la mise en œuvre des techniques étudiées
- B2 Identification des difficultés à remettre en question ses attitudes et comportements en situation de ventes
- B3 Identification des difficultés d'adaptation aux différentes typologies comportementales de la clientèle
- B4 Elaboration d'un plan d'actions de progrès

C Savoir développer un argumentaire de vente adapté aux produits

- C1 Connaissance des spécificités d'un produit
- C2 Les degrés de qualité d'un produit : Certification, label
- C3 L'entretien ou la conservation
- C4 L'utilisation optimale
- C5 Fiche d'argumentation et d'objection spécifique à un produit donné
- C6 Utilisation des fiches pour présenter le produit

D Savoir conseiller le client sur l'utilisation d'un produit

- D1 Les produits de substitution
- D2 Les associations de produits

E Savoir proposer une vente additionnelle

- E1 Les ventes complémentaires
 - E2 Les ventes supplémentaires
 - E3 Préparation d'une orientation de vente additionnelle
 - E4 Utilisation de la saisonnalité
 - E5 Utilisation du rapport qualité prix
 - E6 Utilisation de la nouveauté d'un produit : « Découverte »
 - E7 Utilisation des supports médiatiques
 - E8 Proposition de dégustation ou d'utilisation
 - E9 L'achat d'impulsion
- Identification du moment d'intervention

F Connaître les phrases correspondant aux situations

- F1 Le vocabulaire à utiliser et celui qui est à bannir
- F2 Les bonnes phrases au bon moment

PUBLIC :

Responsables de rayon
Adjoints de rayon
Employés

DURÉE : 1 jour

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Exposé en salle
Apport de l'animateur
Utilisation de la vidéo projection
Exercices d'application
Jeux de rôle en salle et en magasin
Mise en situation vidéo filmées et autodiagnostic
Plan d'actions personnalisé

OUTILS :

Guide de Formation