

# Optimiser ses ventes et la relation client sur le point de vente

Durée

2 jours

Participants

2 à 10

Coût

Sur devis

Niveau

Débutant

## Cible

Commerçants indépendants ou franchisés, Responsables de magasin, Responsables de stand, conseillers de vente. Toute personne ayant à développer les ventes de produits ou de services auprès de particuliers.

## Contexte

A compléter

## Objectifs et compétences visées

- Connaître et maîtriser les techniques de vente en B to C
- Savoir écouter pour mieux conseiller
- Acquérir une méthode et gagner en confiance pour répondre aux objections
- Augmenter le panier moyen en développant des ventes complémentaires

## Dispositif de suivi et contrôle qualité

Suivi de prestation: signature de fiches de présence par ½ journée  
Suivi qualité: Questionnaire à chaud (à l'issue de la formation) et suivi

## Modalités pédagogiques

**Jeux pédagogiques** ★  
**Brainstorming** ★ ★ ★  
**Études de cas** ★ ★  
**Feedback** ★

**Présentiel** (locaux client): Présentations (Cohésion de groupe) brainstorming, quizz, training et jeux de rôles autour de la vente.  
Pas de **distanciel** prévu pour cette formation  
**Livrables**: support de présentation et fiches techniques

## Possibilités de personnalisation

**Durée et rythme**: La formation peut être condensée ou échelonnée sur une période  
Exemple de 3 à 12 jours.  
**Métier**: adaptation au métier

## Prérequis

Aucun

## Programme

- Savoir accueillir son client
  - Les principes et fondamentaux de la communication
  - L'écoute active
  - La phrase d'accroche
- Connaître et maîtriser les techniques de vente
  - La méthode: Les 8 étapes chronologiques
  - La découverte des besoins et le SONCAS
- Engager la décision du client
  - Argumentation ciblée: CAPSONCAS
  - La reformulation et la validation
- Savoir répondre aux objections spécifiques au B to C
  - Les différents types d'objections
  - Le langage positif
  - La méthode : CRAC
- Comment enchaîner les ventes complémentaires?
  - Renforcer l'action ou le résultat du 1<sup>er</sup> achat
  - S'appuyer sur les besoins inconscients décelés pendant la phase découverte
- Oser conclure
  - Savoir Valoriser son prix et ses services
  - Optimiser la fidélisation du client