



FLC FORMATION

METTRE EN OEUVRE UN ACCUEIL DE QUALITE

DUREE : 3 Jours soit 21 heures

PUBLIC : Tout public - Groupes de 6 à 8 personnes

PREREQUIS : Aucun

MODALITES D'ACCES A LA FORMATION Accès direct

METHODE PEDAGOGIQUE

Notre approche est active, basée sur l'écoute et la prise en compte des besoins réels des personnes formées. Les progressions reposent sur des contenus théoriques et des mises en pratique

PLATEAU TECHNIQUE

Méthodes et ouvrages, caméscope, rétro projecteur, vidéo, CDROM, et documents professionnels

SUPPORT DE COURS

Un document de synthèse est remis à chaque participant

FORMATEURS

Tous les formateurs en management sont diplômés et spécialisés dans leurs domaines d'intervention et ont acquis une expérience très significative en entreprise

EVALUATION DE LA FORMATION

Une évaluation en début de formation permet de situer les acquis de chacun et de déterminer les manques. Des bilans sont proposés à la fin de chaque thème abordé pour en vérifier l'acquisition. Une évaluation finale sous forme d'exercices d'application permet de mesurer la progression en termes d'acquisition des compétences

OBJECTIF A ATTEINDRE

Donner envie de rentrer dans le point de vente Adopter une communication adaptée au profil de chaque client et générer un climat de confiance

COMPETENCES A ACQUERIR

Se préparer à la vente

- Les facettes et évolutions du métier
- Les missions clés du vendeur : ambassadeur de la marque, fidélisation client, développeur du CA
- Évaluer son degré de connaissance du produit/service proposé
- Préparer l'argumentaire du produit, sa mise en valeur dans le magasin

Accueillir son client

- Utiliser l'espace de vente pour donner envie au client de rentrer
- Faire une première bonne impression : mots, gestes, distance, regard, sourire, gestion de l'espace
- Accueillir dans les situations difficiles : affluence, multi-interlocuteurs, réclamations

Découvrir son client

- Identifier la demande du client : maîtriser le questionnement efficace
- Adapter son attitude au niveau de maturité du besoin client
- Découvrir ses motivations d'achat
- Adapter son attitude et son style à ceux du client
- Bien reformuler
- Utiliser l'espace de vente : produits, rayons, démonstration, tests

Vendre le produit adapté et même davantage

- Mettre en avant les bénéfices pour le client
- Adapter ses arguments aux motivations de l'interlocuteur
- Traiter sereinement ses interrogations, répondre à ses objections
- Adapter la présentation du prix en fonction de ses interlocuteurs
- Adopter les attitudes et expressions qui favorisent la confiance
- Réaliser des ventes additionnelles : décoder les "signes" pour aller au delà du besoin

Conclure la vente avec succès

- Maîtriser les Techniques de conclusion
- Rassurer son client sur son achat
- Favoriser la fidélisation de ses clients. Politique de CRM (carte de fidélité)

