

L'objectif est de former vos salariés pour qu'ils puissent aussi bien développer la relation client, stimuler les ventes ou encore apprendre à négocier avec méthode.

Durée : 21 heures

Prérequis :

Travailler dans un domaine de la vente, commerce

Cette formation permettra aux salariés de l'entreprise, d'être en mesure de bâtir un plan d'action individuel pour améliorer son service clientèle et mieux transiger avec les clients difficiles.

Moyen pédagogique :

Stylo, book de formation, rétroprojecteur.

Séance de formation

présentielle

Savants mélanges d'apports théoriques et de mises en applications.

Un support power point

Études de cas concrets et pratiques

Échanges dynamiques avec un professionnel.

Suivi de l'action :

Feuille de présence.

Sanction :

Attestations de formation professionnelle délivrées à l'issue de la formation.

Lieu de formation :

Formation intra-entreprise.

TECHNIQUES DE VENTE ET GESTION CLIENT

RAPPEL ET ACTUALISATION DES CONNAISSANCES EN TECHNIQUES DE VENTE ET GESTION DU CLIENT

Maîtriser la relation commerciale de la fonction accueil sur un point de vente

Assurer un accueil de qualité propice à l'échange et à la communication

Apporter « le plus » qui fera la différence en positionnant le client au cœur de la vente

S'approprier les techniques de vente pour développer la motivation

Améliorer les indicateurs de performances et le chiffre d'affaires

Connaître son mode de communication pour personnaliser le conseil et la vente.

Maîtriser les actions de fidélisation du client

MODULE 1 : LA 1ere IMPRESSION / RECHERCHE DES BESOINS DU CLIENT

Les règles d'or de l'accueil

Découverte des besoins (Les techniques)

Prise de contact accueillante et positive

Écoute active et compréhensive

Créer l'interaction avec le client

Cerner les besoins et les attentes client avec la méthode SONCAS

MODULE 2 : PRESENTER ET METTRE EN VALEUR SON OFFRE PRODUIT / SERVICE

Sélectionner et proposer l'offre produit-service / Argumenter : Construire et présenter des arguments percutants

Méthode CAP : caractéristiques, avantages, preuves Énoncer, argumenter et valoriser

Cerner les signaux d'achat « Les feux verts »

MODULE 3 : MIEUX SE CONNAITRE ET CONNAITRE SON CLIENT TRAITER LES OBJECTIONS

Boîte à outil personnelle

L'objection : Un atout, une force

L'analyse transactionnelle

Réfuter une objection en 6 étapes

Mieux connaître son client S'adapter à lui et à ses besoins

Répondre à l'objection avec souplesse

MODULE 4 : LA CONCLUSION LE JUGEMENT AFFECTIF

Comment conclure une vente ?

Ventes additionnelles & ventes complémentaires Communiquer quant aux conditions commerciales

La stratégie du « Bien finir » Passez à autre chose Quittez le client

MODULE 5 : COMMUNICATION

Communication verbale : Entendre & être entendu Communication « Non-verbale »

Ces gestes qui en disent long... La distance adaptée : Occuper l'espace Les clés d'une communication positive

MODULE 6 :

MAITRISER LE SERVICE CLIENT

Les éléments du service client

L'impact d'un service de qualité

La raison principale de la perte de clients

Les 5 étapes qui assurent l'excellence du service client

MODULE 7 :

ACCUEIL DU CLIENT (TELEPHONIQUE ET PHYSIQUE)

Les techniques d'accueil et de courtoisie au téléphone

Les techniques d'accueil et de courtoisie en personne

L'importance du langage para verbal et non verbal

Choisir les bons mots (mots à utiliser / mots à éviter)

MODULE 8 : APTITUDE ET TECHNIQUES D'APPROCHE POUR GERER LE CLIENT DIFFICILE

L'aptitude à gérer les clients difficiles

Ses forces /ses points à améliorer gérer ses émotions face au client

L'écoute active / la puissance de l'empathie

La démarche de résolution de problèmes / La stratégie de communication avec chaque type de client