CONSEIL DE VENTE EN MAGASIN ET A DISTANCE

Objectif :

- Utiliser des outils numériques pour augmenter ses ventes en magasin comme à distance.
- Utiliser des outils d'analyse connectés pour identifier sa cible et analyser son marché.
- Rendre le client acteur de la vente et de la promotion des produits et des services.

DURÉE : 14 heures en Live Learning
PRÉREQUIS : Savoir utiliser un ordinateur
MODALITÉS PÉDAGOGIQUES : Action de formation et mise en situation sous forme d'exercice, évaluation des acquis en fin de formation.
METHODES PEDAGOGIQUES STAGIAIRES ET MOYENS TECHNIQUES : Formation au centre de formation Neoone ou possibilité de Visio.

1 LA COMPREHENSION BASIQUE DU PROCESSUS DE VENTE

Quels sont les différents types de cycles de vente ?
Vente en B2B ou B2C : modalités applicables par le vendeur et dispositions diverses
Abordons les spécificités de la vente en B2B
La vente en B2C : particularités
Qu'est-ce-que la règle des 4 C dans l'univers de la vente ?
Abordons le plan de vente et les 7 étapes de la vente incontournables pour atteindre vos objectifs
Comment intéresser vos prospects et clients avec un elevator pitch commercial ?
Qu'est-ce que l'effet de halo ? Comment l'utiliser dans la démarche commerciale et quels sont ses avantages ?
Qu'est-ce que le Customer Centric Selling ?
Parlons de l'omnicanalité et de son impact dans l'organisation commerciale
Quels sont les motivations et les freins à l'achat des clients ?
Adoptez la vente attitude
10 conseils pour pratiquer l'écoute active
Quelle qualité et quelles conditions pour finaliser une vente ?
Et si, dans le business, l'empathie était la principale compétence ? A quoi sert-elle ?

2 LA PROSPECTION ET LA DECOUVERTE CLIENT

Les 4 étapes indispensables de la prospection client
5 règles d'or pour mener sa prospection a la réussite
6 étapes clés pour une prospection commerciale digitale efficace
Quelles sont les techniques de prospection commerciale efficaces ?
La prospection commerciale par recommandation
Phase de découverte : oubliez vos a priori !
Besoins clients … Pas d'erreurs d'interprétation
L'art du Storytelling ou comment raconter une histoire qui fait vendre !
Méthode QQOQCP : sachez utiliser les bonnes questions pour la découverte des besoins de vos clients
Comment prospecter et vendre par téléphone ?

Prospection commerciale : quelles sont les meilleures pratiques pour conclure une vente avec un prospect difficile ? Comment éveiller l'intérêt qui semble indifférent ?
Comment réussir un plan de découverte et ainsi améliorer ses ventes ?

3

LE MARKETING D'AVANT - VENTE

Le bouche-à-oreille
Les fondamentaux d'une recommandation réussie
Découvrez nos (13) conseils pour faire de votre salon professionnel une vitrine accueillante
Quelle stratégie marketing pour vendre en B2C : quelles sont les bonnes pratiques du moment ?
Qu'est-ce que l'UX ?
Les différents outils de communication
Comprendre son environnement de vente
Comprendre les différents supports de vente et leurs Impacts
Comprendre Google Analytics et les reportings
Comprendre LinkedIn et les reportings
Construire sa E-réputation sur LinkedIn
Comment traiter les données pour améliorer le processus de vente
Répondre aux avis positifs et négatifs de Google

4

LES TECHNIQUES DE VENTE

Comment bien préparer son premier rendez-vous commercial ?
Qu'est-ce-que la règle des 4 x 20 pour bien débuter un entretien commercial ?
Quelles sont les techniques de questionnement à maitriser pour mener à bien son entretien de vente ?
Comment reformuler ?
Qu'est-ce qu'un bon argumentaire commercial ?
Comment réussir sa vente en 10 étapes ?
Quels outils pour mieux vendre ?
3 conseils pour doper vos ventes
Quelles sont les meilleures techniques de vente du moment ?
Comment mieux vendre ?
Conclure une vente : 13 règles d'or conclure une vente
Conclure une vente : 10 techniques qui fonctionnent !
Techniques de vente en magasin, comment augmenter son chiffre d'affaires ?
Quels sont les 8 freins à l'achat les plus couramment
rencontrés ?
Qu'est-ce qu'un mobile d'achat appelé aussi motivation d'achat ? Et comment décrypter les motivations d'achat de vos clients ?
Qu'est-ce que la méthode de vente SIMAC utilisée par la force de vente de nombreux grands groupes internationaux ?
Entrepreneurs, découvrez les 6 meilleures techniques de ventes pour vous aider à faire décoller votre business

5

LA PROSPECTION TELEPHONIQUE

Découvrez 7 astuces pour améliorer vos ventes par téléphone
Comment booster votre performance en télévente ?
Comment dépasser vos propres freins et mener votre téléprospection avec succès ?
Vendre à un client par téléphone : voici quelques astuces pour améliorer votre technique d'approche
Téléprospection : des erreurs à éviter ? Absolument !
Comment augmenter vos prises de rendez-vous en téléprospection ?
Script ou guide d'entretien téléphonique : l'indispensable préparation pour une déjouer les barrières lors de vos campagnes de télémarketing

Script téléphonique pour vos actions de prospection téléphonique : existe-t-il une méthode parfaite ?
Nos conseils pour vous aider à réaliser des scripts d'appel efficients pour atteindre vos objectifs

6

LA NEGOCIATION

Quelques exemples d'argumentation et de traitement des objections fréquentes
Négocier et défendre ses marges
Déjouer les pièges des acheteurs dans les négociations difficiles
Comment débloquer une vente ?
Les 5 erreurs à ne pas commettre en négociation commerciale
7 techniques pour réussir ses négociations commerciales
Techniques de Closing : remportez vos deals grâce au traitement des objections de vos prospects
Comment répondre aux objections commerciales les plus fréquemment rencontrées ?
Comment gérer les objections clients ?

7

L'APRES-VENTES ET LA FIDELISATION

Pourquoi fidéliser ses clients ?
Pourquoi s'intéresser à la fidélisation client ?
L'importance de la vente pour garantir la fidélité client
Découvrez 5 conseils pour fidéliser un client
L'écoute : clé de la relation clients
Vendeurs : soyez au top de votre relation client
Optimiser la gestion de son portefeuille clients
Quelles sont les meilleures stratégies pour développer son portefeuille client ?
Le début de la relation client ou comment bien gérer l'après-vente et la fidélisation
Comment soigner sa relation client avec un site web ?
Comment se différencier en temps de crise ? Quelles sont les meilleures stratégies en matière de fidélisation client ?
Comment optimiser la gestion de votre portefeuille clients à l'heure du digital ?
La satisfaction client, l'une des meilleures techniques de fidélisation
Les conséquences de l'insatisfaction client
Qu'est-ce que la relation client et comment soigner sa mise en application au sein de votre entreprise ?
Comment enrichir une relation client à distance dans une organisation omnicanale ?
Et si vous écoutiez vos clients mécontents ou insatisfaits ?
Quelle est l'importance de cette écoute dans la fidélisation ?

8

PROMOTIONS ET SOLDES

Promotions et soldes, qu'est-ce que c'est ?
L'encadrement légal des soldes
L'encadrement légal des promotions
Cas particulier des promotions alimentaire
Qui contrôle que la réglementation des soldes et des promotions est bien appliquée ?

9

AFFICHAGE DES PRIX ET RAYON SPECIFIQUE

Affichage rayon spécificité

- À quoi sert une étiquette ?
- L'affichage au rayon viande
- Dénomination
- Affichage au rayon lait de consommation
- Affichage des produits de mer et d'eau douce

- L'affichage au rayon boulangerie pâtisserie
- L'affichage au rayon fromagerie
- L'affichage en présence de produits alimentaires allergènes
- L'affichage au rayon jouets

Affichage des prix

- L'information sur les prix
- Ce que le prix doit comprendre
- Comment le vendeur doit informer l'acheteur sur les prix
- L'affichage des promotions et réduction
- Comment les prix doivent être affichés
- Cas des produits préemballés
- Cas particuliers
- La loi sur les logiciels de caisse

Techniques merchandising

- L'agencement et la présentation d'un magasin

Règlement général sur la protection des données

10

7 ETAPES DE VENTES

Introduction

Étape 1 : L'accueil du client

- Comment créer un climat d'accueil favorable
- Quels sont les moyens d'expression
- La règle des 4x20
- Conclusion

Étape 2 : Découvrir ses besoins

- Connaître les motivations d'achats
- La phase d'action

Étape 3 : Le produit

- L'augmentation

Étape 4 : Identifier les objections

- Traiter les objections
- L'annonce du prix

Étape 5 : Conclusion de la vente

Étape 6 : La vente complémentaire

Étape 7 : Soigner la prise de congé

- La fidélisation

11

ENCAISSEMENT

Le matériel de caisse

Les procédures de tenue de caisse

Les moyens de paiement

Le code barre

Législation sur la monnaie fiduciaire