**Les étapes de la Vente :**

**Évaluation**

**Notez vos Noms et Prénoms, merci**

**Questionnaire à choix multiple, cocher votre ou vos réponses.**

1. Mener un entretien de vente implique de respecter un certain nombre d'étapes. Combien ?

4

5

6

7

2. La première de ces étapes consiste à :

Apprivoiser le client

Accrocher le client

Analyser le client

Accompagner le client

Accueillir le client

3. Un bon vendeur :

Trouve les mots pour "embobiner" le client (l'important c'est de vendre)

A du "baratin"

Peu importe la technique, pourvu qu'il connaisse les produits

Maîtrise les techniques de vente et de négociation

4. L'ensemble des processus physiques et psychiques par lesquels s'effectue l'opération de mise en relation d'un émetteur avec un récepteur en vue d'atteindre certains objectifs, s’appelle :

La communication

Un message

Le canal de transmission

La transmutation

Le feed-back

5. Le but de l'entretien de vente c'est de :

Vendre à tout prix, même si l'article ne répond pas exactement aux attentes du client

Découvrir ce que veut exactement le client et lui montrer que l'on est en mesure de le lui apporter

Sortir gagnant dans la lutte qui nous oppose au client

6. Les techniques de vente sont aussi résumées par les « 4C », qu'est-ce que cela signifie ?

Contacter, Calmer, Convaincre, Concrétiser

Connaître, Charmer, Convaincre, Congé

Contacter, Conseiller, Convaincre, Conduire

Contact, Connaître, Convaincre, Conclure

7. Au tout début d'un entretien de vente, lors du premier contact, il est important :

De terminer ce que vous êtes en train de faire pour être ensuite disponible

De savoir s'imposer et faire comprendre d'emblée au client que vous êtes "le vendeur"

Que la première impression faites par le vendeur soit favorable

De serrer la main du client systématiquement

8. la connaissance des besoins, motivations ou freins d'achat nécessite :

La connaissance de ce qu'il y a à vendre en stock

Une écoute active

L’objectif de chiffre d'affaires à réaliser dans la journée

Un questionnement adapté

La connaissance de l'âge du client

9. Dans la liste proposée, quel élément est INUTILE pour construire un argument ?

Les avantages

Les bénéfices attendus

Les caractéristiques

Les stocks

Les preuves

10. La vente de produits complémentaires sert au vendeur à :

Liquider les articles obsolètes

Faire plaisir à son patron ou à son chef

Augmenter son chiffre d'affaires

Rien, inutile d'embêter le client

11. Donnez votre opinion sur les affirmations suivantes :

Si le client n'a rien acheté, il n'y a aucune raison pour que je le salue VRAI FAUX JE NE SAIS PAS

C'est au vendeur qu'il appartient de conclure la vente VRAI FAUX JE NE SAIS PAS

L'objection est un frein à la vente que le client utilise pour ne pas se "faire avoir" par le vendeur VRAI FAUX JE NE SAIS PAS

La connaissance des motivations permet au vendeur de choisir ce qui correspond aux besoins du client VRAI FAUX JE NE SAIS PAS

**Selon vos résultats et vos difficultés éventuelles, n’hésitez pas, demandez à revenir sur les points qui demande une information complémentaire.**

**Merci pour votre attention**