

Module : Vendre et Conseiller en magasin

Découvrir et identifier les étapes d'un entretien de vente

1- Présentation

Les élèves se présentent : parcours, entreprise, attentes et objectifs.
On fait le point sur la charte et le règlement.

Présentation du programme :

08/09 Découvrir et identifier les étapes d'un entretien de vente

15/09 Accueillir le client

22/09 Découvrir les besoins et les motivations d'achat, identifier les freins et reformuler les besoins : le questionnement

28/09 Découvrir les besoins et les motivations d'achat, identifier les freins et reformuler les besoins : les motivations d'achat.

06/10 Proposer des solutions et les argumenter

20/10 Mettre en œuvre les attitudes et les comportements professionnels adaptés à l'entretien de vente

03/11 Rechercher les solutions adaptées au besoin du client parmi l'ensemble de l'offre de l'enseigne

24/11 Traiter toutes les objections

01/12 Réaliser une vente de produits complémentaires ou de services associés

08/12 Conclure la vente

22/12 Encaissement et Fidélisation du client

05/01 Prendre congé

19/01 Mise en situation : Mener un entretien de vente en magasin

02/02 L'importance du service client

16/02 Traiter les réclamations

30/03 Assurer une traçabilité du parcours d'achat et assurer un suivi

13/04 Le E-commerce

20/04 Mise en situation : Prendre en charge un client pour des opérations complémentaires à l'acte de vente

04/05 Découverte des tableaux de bord et calculs commerciaux

18/05 Suivre ses ventes au quotidien et anticiper des objectifs de vente

08/06 Analyser et proposer des actions à partir de tableaux de bord

22/06 Mise en situation et révisions

Les cours se dérouleront, en général, de la manière suivante :

- Nous ferons un point rapide sur le cours précédent, soit par oral, soit par un test écrit rapide ou quizz, pour vérifier la compréhension.
- Nous aborderons le nouveau module.
- Nous finirons par un jeu de rôle ou une mise en situation, afin de mettre en pratique, et d'améliorer la prise de parole.

2- Découverte des 7 étapes d'un entretien de vente

Qu'est-ce qu'un entretien de vente ?

Il s'agit d'une phase très active du processus commercial dont la finalité est de rechercher les besoins et motivations de son interlocuteur en alternant questions et écoute.

Une démarche commerciale ne s'improvise pas. Un entretien de vente se prépare en amont. Pour vendre, il faut un savant mélange de techniques de vente et de qualités commerciales du vendeur : enthousiasme, intelligence situationnelle, persuasion, etc.

Il est primordial de :

- bien connaître son sujet (ses produits), son client, ses concurrents, etc.
- être à l'écoute de son interlocuteur pour comprendre et devancer ses exigences
- savoir répondre aux objections
- négocier pour déclencher la vente
- fidéliser son client

Les 7 étapes de l'entretien de vente :

1- Accueil

« bonjour » + phrase d'accroche

2- Détection des besoins – Découverte

Questionnement, on découvre les motifs d'achat

3- Proposition – Argumentation

On propose 3 produits adaptés à la demande et on argumente

4- Traitement des Objections

On traite les freins exprimés par le client, on argumente

5- Négociation – Vente Complémentaire

On optimise la vente en proposant d'autres produits ou services.

6- Conclusion – Encaissement

On convainc le client, on encaisse et fidélise.

7- Prise de congé

« aurevoir » salutation et accompagnement.

La règle des 4C :

- **Contact** : le premier contact est très important. Accueil, sourire, regard, phrase d'accroche.

- **Connaître** : étape la plus importante, il s'agit de la détection des besoins du client, par le questionnement.
- **Convaincre** : étape de l'argumentation. Les arguments doivent être percutants pour déboucher sur la vente.
- **Conclure** : dernière étape. Il faut avoir convaincu le client et le solliciter à s'engager.

3- Les premières qualités du vendeur

Quels sont, selon vous, les qualités premières d'un vendeur ?

Le vendeur doit posséder de nombreuses qualités, mais aussi tenir plusieurs rôles, que nous découvrirons en profondeur tout au long du programme.

- Attitude professionnelle
Le vendeur est la personne qui prend en charge le client. Il est parfois même son seul interlocuteur. Il doit donc avoir des attitudes et comportements professionnels et irréprochables, pour garantir au client une expérience d'achat satisfaisante.
- Le premier rôle : celui d'image.
Le vendeur représente l'enseigne.
- Etre à l'écoute
- Une forte adaptabilité
- La curiosité
- Savoir être et savoir faire

4- Jeux de rôle

Sketchs sous forme de scénettes pour identifier les 7 étapes de l'entretien de vente.

On ne s'attarde pas sur le contenu de la vente, on identifie si les 7 étapes ont été respectées.

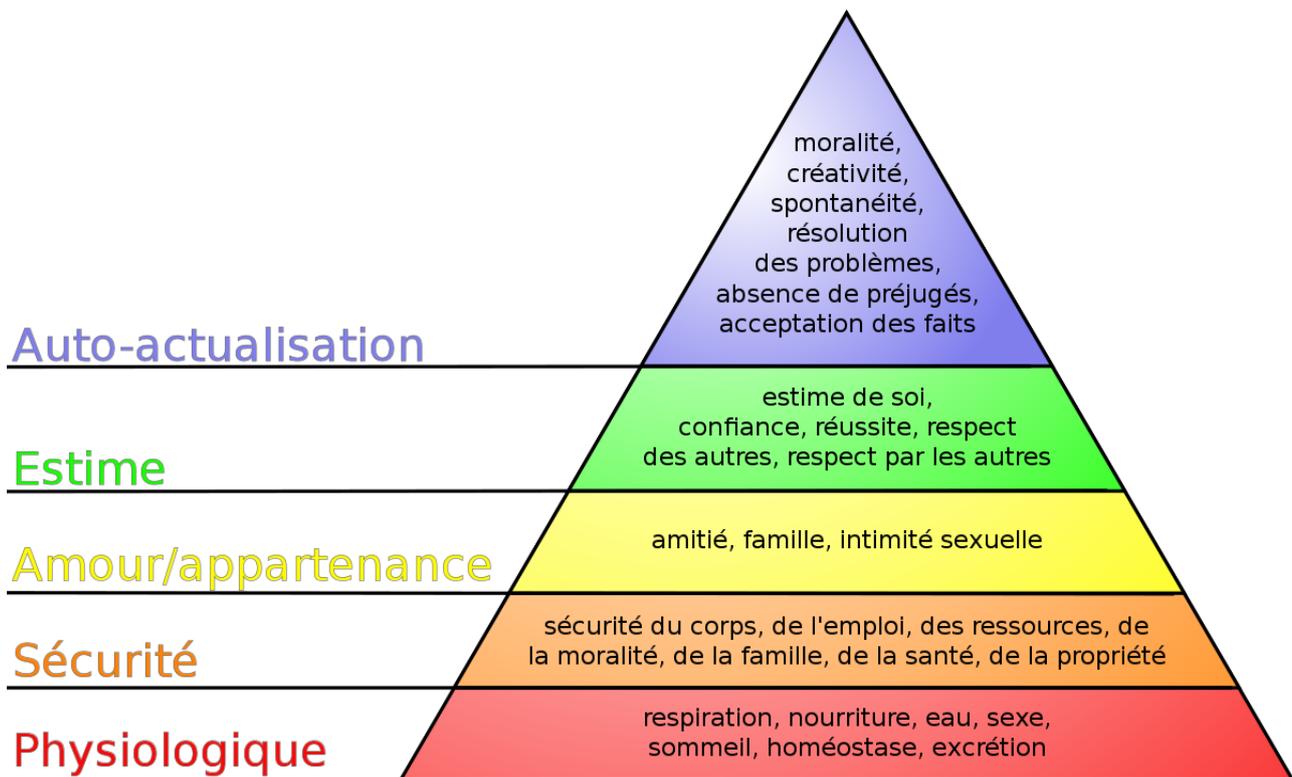
Jeux de rôle 3 par 3 : un élève joue le vendeur, un 2e élève joue le client, un 3e élève analyse.

5- Autres techniques de vente à connaître

Cf tableau ci-après.

TECHNIQUES de VENTE à connaître

Ecoule active	SPANCO	SONCASE	CAB	SIMAC
<ul style="list-style-type: none"> - Vente pour mieux fidéliser - Démarche passive - Attention profonde - Utilisation due silence, de signes de tête, posture d'empathie - Reformulation - Questions ouvertes - Affert majeur pour la force de vente ⇒ amélioration du taux de transformation et satisfaction client. 	<ul style="list-style-type: none"> - Convertir le client en prospect. Suspect = définition de la cible et du marché (périmètre des contacts et relations pour établir l'offre) Prospect = identification du lead (client potentiel) <ul style="list-style-type: none"> ⇒ critères, croiser les "suspects" par caractéristiques Analyse = ou Approche Rencontre, analyse des besoins Négociation = proposition de vente et Nég. → faire accepter l'offre Conclusion = finalisation de la commande. Conditions, délais Order = gestion et suivi de la commande Soigner la qualité. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre les motivations du client. Sécurité = besoins de Maslow, besoins essentiels de l'être humain Dignité = estime de soi Nouveauté = curiosité, changement. Confort = physique et psychologique. Argent = frain ou motivation d'achat. Investissement Sympathie = du vendeur. Attitude ouverte, écoute Environnement = ce qui touche à l'écologie. 	<ul style="list-style-type: none"> - Construire un argumentaire de vente. - CAB ou BAC - CAF ou PAC Caractéristiques = ce qui définit le produit. Avantages = ce qui démarque le produit. Bénéfice = le bienfait qui découle de la caractéristique et de l'avantage. 	<ul style="list-style-type: none"> - Capter l'attention pour mieux persuader Situation = faire le point sur la situation du client. Questions, besoins. Idee = susciter l'intérêt avec une idée découle de l'analyse. Mettre en condition Mécanisme = détailler l'idée. Qui-fait-quoi, quand, comment, méthode CQQCCQP Avantages = démontrer au client que l'idée correspond au besoin. Conclusion = le client doit prendre une décision



La pyramide de Maslow : permet de classer les besoins humains par ordre d'importance en 5 niveaux. Ce classement correspond à l'ordre dans lequel ils apparaissent à l'individu ; la satisfaction des besoins d'un niveau engendrant les besoins du niveau suivant. L'idée est qu'on ne peut agir sur les motivations "supérieures" d'une personne qu'à la condition expresse que ses motivations primaires (besoins physiologiques et de sécurité) soient satisfaites.