



DEVELOPPER ET OPTIMISER SES VENTES EN BOUTIQUE

Objectifs : Développer ses ventes en magasin en boutique

Durée :
35 heures

Public & Pré-requis :
Vendeurs de produits en magasin
Aucun prérequis

Modalités pédagogiques :
Méthode interactive.
Exercices d'application

Modalités de suivi :
Attestation de fin de Formation.
Evaluation.

Profil formateur :
2 à 3 ans d'expérience mini dans le domaine. Et professionnels en poste dans le domaine enseigné

1. Les objectifs du magasin

- Mettre en place d'un rituel quotidien (objectifs, produits à vendre, promotions, événements,)
- Mettre en place des outils de suivi des objectifs personnalisés pour chaque vendeur.
- Suivre ses objectifs au cours de la journée

2. Assurer l'accueil du client en magasin

- Savoir accueillir un client avec professionnalisme
- Les bonnes pratiques pour bien accueillir un client
- Contrôler mes attitudes, ma gestuelle, savoir observer et m'adapter
- Écouter le prospect/client pour mieux le connaître
- Communiquer positivement et soigner son vocabulaire
- Faire une bonne impression au premier contact
- Coaching en magasin pour améliorer les bonnes pratiques

3. Comment créer un espace d'écoute et un climat de confiance : les fondamentaux

- Assimiler le principe de la synchronisation et de l'observation
- Etre en mesure de développer son écoute active et passive
- Développer son empathie en adopter le bon vocabulaire

4. Conduire la vente auprès de son client

- Oser questionner grâce aux techniques de questionnement : Découvrir les besoins d'un client
- Appréhender les questions de contrôle ou le procédé de la reformulation
- Présenter ses produits et ses offres promotionnelles avec efficacité
- Être force de proposition sur le bon produit
- L'approche de la vente additionnelle : Oser proposer naturellement
- Conclure la vente et orienter le client vers l'achat
- Prendre congés de lui.
- Atelier coaching sur le lieu de vente

5. Faire face aux objections

- Repérer les signaux et les freins à l'achat
- Établir sa liste d'arguments en tenant compte de leur genre et de leur impact
- Préparer le terrain aux objections (L'argumentation source principale de l'objection)
- Atelier coaching en boutique