

PARCOURS RETAIL

PERFORMER EN VENTE

-Parcours RETAIL, formation n° 1-

Objectifs :

A l'issue de la formation, les apprenants seront capables de :

- D'appliquer les techniques de communication efficace et de maîtriser les arguments de vente.
- D'identifier les opportunités d'upselling et de cross-selling pour augmenter panier moyen et indice de vente.
- Maintenir un service client de qualité dans les situations difficiles et de traiter les objections.
- Ouvrir la réflexion au multi-canal

Les points forts ?

Plus qu'une formation, une FORMACTION avec une mise en application sur le terrain. Formation 100% personnalisable en fonction de vos attentes et des spécificités de vos points de vente. Alternance de théorie et de pratique.

Pour qui ?

- Magasin retail
- Tout niveau

Durée :
2 jours, soit
14h00
en présentiel.

Participants :
8 personnes
maximum

Prérequis :
Aucun

Lieu:
Entreprise ou
location de salle à
la charge du client.

Tarif groupe INTRA :
2240€



Formation animée par Julie Bénard

- Diplômée en merchandising et en tant que Formatrice.
- Spécialisée en retail, en management agile et en merchandising.

“ Créer l'expérience, booster la performance. J'accompagne les professionnels du retail à maîtriser l'art de la vente, du merchandising et du management pour faire la différence sur le terrain.



PROGRAMME

Jour 1 : Techniques de vente

Maîtriser les techniques de vente

- Pratiquer l'écoute active pour comprendre les besoins spécifiques des clients.
- Utiliser des techniques pour influencer positivement les décisions d'achat.
- Présenter les caractéristiques et les avantages des produits pour pouvoir de manière convaincante.
- Identifier et anticiper les objections des clients afin de pouvoir y répondre de manière constructive.

Développer des compétences en upselling et cross-selling

- Analyser le comportement d'achat des clients pour repérer les occasions de proposer des produits complémentaires.
- Inciter les clients à explorer des options supplémentaires.
- Mettre en place des scénarios de vente qui intègrent naturellement des suggestions d'achat supplémentaires.
- Présenter les avantages des produits complémentaires de manière persuasive et authentique.

Jour 2 : Objections & multi-canal

Gérer efficacement les objections

- Identifier les objections les plus courantes et développer des réponses adaptées.
- Utiliser des techniques de questionnement pour explorer les raisons derrière les objections et les résoudre de manière proactive.
- Rester calme et courtois face aux clients mécontents ou agressifs.
- Gérer efficacement les situations de conflit et restaurer la satisfaction du client.

Maximiser les ventes en ligne et hors ligne

- Promouvoir les produits et conclure des ventes sur différentes plateformes.
- Maîtriser les techniques de présentation de produits en ligne pour maximiser l'attrait visuel et la pertinence pour les clients.
- Mettre en place des stratégies de merchandising visant à attirer l'attention des clients sur les produits et à augmenter leur attrait.
- Organiser des événements spéciaux en magasin et des promotions pour stimuler les ventes et fidéliser la clientèle locale.

Modalités pédagogiques

- Approche interactive combinant théorie, exercices pratiques, et échanges pour favoriser l'ancrage des apprentissages.
- Support pédagogique remis à chaque participant, incluant fiches pratiques et ressources pour la mise en pratique post-formation.

Modalités d'évaluation

- Recueil des besoins en amont de la formation.
- Évaluation continue par exercices et mises en situation, avec un quiz et/ou exercice final pour valider les acquis.
- Bilan individuel en fin de formation pour mesurer l'atteinte des objectifs et auto-évaluation.

Modalités d'accès

- Formation accessible à tout public, avec adaptation possible pour les personnes en situation de handicap.
- Inscription par email ou téléphone avec un entretien préalable possible ; inscriptions ouvertes jusqu'à deux semaines avant la formation.

Modalités administratives

- Convention et convocation envoyées avant la formation, attestation de fin de formation remise à chaque participant.
- Questionnaire de satisfaction en fin de formation pour évaluer la qualité et recueillir des axes d'amélioration. Questionnaire à +3 mois pour mesurer les bénéfices de l'action.