

13 - 04

DÉVELOPPER LES VENTES COMPLÉMENTAIRES

PUBLIC

Vendeur interne,
Commercial

PRÉREQUIS

Posséder les bases de la
vente en agence

DURÉE

2 jours / 14 heures

NIVEAU spécialisation 2

Approfondissement
Acquisition d'une maîtrise

OBJECTIFS

SAVOIR-FAIRE commercial

- » Posséder les réflexes de service : accueillir et se rendre attentif et disponible pour satisfaire et fidéliser ses clients
- » Développer les ventes complémentaires en prenant plaisir à rendre service
- » Véhiculer une image positive et qualitative de l'entreprise

SAVOIR commercial

- Connaître les comportements associés à l'état d'esprit service
- Posséder les techniques d'une communication tournée vers la satisfaction de ses clients
- Identifier les points clés et les caractéristiques d'une relation commerciale de qualité

PROGRAMME

Donne les techniques de communication qui visent la satisfaction du client pour développer les ventes

UN ÉTAT D'ESPRIT TOURNÉ VERS LA SATISFACTION DU CLIENT

Qu'est-ce que l'esprit de service ? :

les comportements et les attitudes qui créent la différence
les effets positifs pour le client et pour l'entreprise

UNE COMMUNICATION QUI VALORISE LE CLIENT

Une prise de contact chaleureuse :

les réflexes de service associés à la prise de contact :
enthousiasme, sourire, disponibilité, respect ...

Une prise en charge personnalisée :

les relations de service adaptées à la typologie des clients
et à leur historique

Une communication valorisante :

le langage positif, le vocabulaire qui valorise le client
l'importance de l'écoute active et empathique
les postures pour expliquer, informer, sécuriser ... avec tact
la volonté affirmée de vouloir rendre service au client

UNE APPROCHE BIENVEILLANTE QUI SÉCURISE ET DÉVELOPPE LES VENTES

Une relation axée sur le projet client :

les attitudes de service qui encouragent le client à s'engager :
accompagnement, aide à la définition des besoins ...

Une implication qui rassure :

les comportements de service qui témoignent de l'implication
du vendeur dans la réussite du projet client : *identification des
difficultés rencontrées par le client, recherche de solutions, suivi ...*

Une volonté affichée de faire plaisir :

savoir reconnaître les nouveautés et/ou les opportunités qui feront
plaisir à son client : *promotions, déstockage ...*
savoir anticiper les autres besoins utiles au projet du client :
produits et services complémentaires
savoir faire naître le besoin chez son clientOutils
Méthodes

Pédagogie active et participative : exposés, synthèses, jeux de rôle, mises en situation, analyses Livret formation- Évaluation des acquis : quizz, exercices - Évaluation de la formation « à chaud »