

I7 - 02

## La vente dans la cour : PROVOQUER LES VENTES ADDITIONNELLES

PUBLIC	PRÉREQUIS	DURÉE	NIVEAU spécialisation 2
Magasinier cariste, vendeur magasinier, chef de cour	Posséder les bases du magasinage	2 jours / 14 heures	Approfondissement Acquisition d'une maîtrise

## OBJECTIFS

## SAVOIR-FAIRE

- Comprendre les évolutions du métier de magasinier et les accompagner
- Soigner son accueil, personnaliser sa prise de contact et instaurer une relation de confiance avec son client
- Développer un état d'esprit service tourné la satisfaction du client : accompagnement, aide, proposition d'opportunités
- Déceler et proposer les produits et services utiles et complémentaires à sa commande
- Vendre à son client les produits et services additionnels qui répondent à ses attentes : confort, sécurité, ...

## PROGRAMME

Donne les fondamentaux de l'accueil et de la vente additionnelle dans la cour et le parc

## INTRODUCTION À LA GESTION DE LA RELATION CLIENT

Les enjeux :

l'évolution des attentes client induites par le contexte économique et la concurrence  
 les comportements et attitudes qui valorisent, sécurisent et fidélisent  
 les atouts d'un état d'esprit service, tournée vers la satisfaction du client  
 l'intérêt de bien connaître son client pour mieux le servir

## L'ACCUEIL ET LA PRISE EN CHARGE



- L'accueil dans la cour/le parc : le diagnostic et l'analyse de la pratique actuelle de l'accueil  
 l'importance de la première impression (magasinier, parc, cour)  
 le contrôle, le rangement et le nettoyage quotidien de la cour et du parc
- Les règles à respecter : la gestion des priorités et des attentes, les marques de reconnaissance
- Les attitudes appropriées : la voix, le sourire, le dynamisme, l'écoute, l'empathie, la courtoisie
- Les bonnes formulations : la phrase d'accueil, le langage positif, le bon vocabulaire, les mots magiques

## L'ACCOMPAGNEMENT ET LA VENTE ADDITIONNELLE



L'accompagnement :

les postures de services qui sécurisent et créent la différence  
 - *identification et compréhension du besoin du client*  
 - *évaluation et proposition des produits et services utiles et complémentaires à sa commande : accessoires, outillage, EPI...*  
 - *suggestion d'opportunités commerciales : déstockage, promotions...*

La découverte des besoins :

les techniques : l'observation, le questionnement, l'écoute, la reformulation, la validation

## LE DÉCLENCHEMENT DU BESOIN ET LA CONCRÉTISATION DE LA VENTE ADDITIONNELLE

Le choix des complémentaires : la sélection des produits et services qui répondent au besoin du client  
 la mise en évidence du besoin : les techniques qui suscitent son intérêt pour l'offre

L'argumentation de l'offre : la présentation des avantages en termes de confort, de gain de sécurité...

La concréétisation : le contrôle de l'adhésion du client, la phrase d'accroche

 Outils  
 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 »