

FORMEDIA
FORMATION PROFESSIONNELLE

BOOSTER SON CHIFFRE D'AFFAIRE – NIVEAU 1

OBJECTIFS

Maîtriser les techniques de ventes afin d'augmenter son Chiffre d'affaires, élargir les besoins et demandes clients.

COMPÉTENCES VISÉES :

À l'issue de cette formation, vous serez capable :

- de mener de façon claire vos entretiens de vente, augmenter votre C.A grâce au discours commercial, renforcer sa légitimité auprès de ses clients

PRÉREQUIS

Avoir une base dans les techniques de vente

PUBLIC

Responsable d'établissement, encadrement, vendeurs en magasins.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Mises en situations, PowerPoint, vidéos.

COMPLÉMENTS PÉDAGOGIQUES

Formation participative dans laquelle les participants pourront transposer les acquis avec des mises en situations

NOMBRE D'HEURES

2 jours (14h00) - 9H00-12H00/ 13H30-17H30

COÛT DE LA FORMATION

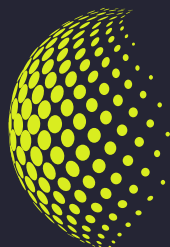
700 € HT

MODALITÉS D'ORGANISATION

12 stagiaires

PROFIL ANIMATEUR(S)

Expert en commerce marketing ayant travaillé en tant que manager, directeur commercial



FORMEDIA
FORMATION PROFESSIONNELLE

PROGRAMME

1. RAPPEL DES FONDAMENTAUX DE L'ENTRETIEN COMMERCIAL EN FACE À FACE

1.1 Optimiser sa démarche commerciale.

1.2 Maîtriser l'entretien commercial, accroche / prise de contact :

- identification / découverte
- offre / proposition / argumentation
- traitement des objections
- conclusion / prise de congé

1.3 Faire de la vente additionnelle une valeur ajoutée pour l'entreprise.

2. EFFECTUER UNE VENTE ADDITIONNELLE

2.1 Les clés d'une stratégie marketing sur le Web et le digital : transparence, interactivité, géolocalisation

2.2 Stratégie de marque digitale : e-réputation et identité numérique.

2.3 Stratégie de conversion et de fidélisation : approche multicanal.

2.4 Stratégie de présence digitale via le display et l'affiliation : écosystèmes, formats, indicateurs.

3. TRAITER DE FAÇON PRIORITAIRE ET EXHAUSTIVE LA DEMANDE INITIALE DU CLIENT

3.1 Satisfaire le client, y compris dans le cadre d'une réclamation, est indispensable

pour renforcer le climat de confiance qui constitue le socle de la vente additionnelle.

4. ENCHAÎNER SUR L'OFFRE ADDITIONNELLE

4.1 Proposer l'offre additionnelle.

4.2 Argumenter cette offre en utilisant la technique.

- caractéristiques
- avantages
- bénéfices client

4.3 Traiter les objections éventuelles du client.

4.5 Conclure la vente additionnelle.