

**21 heures  
3 Jours**

90% des clients vont dans nos points de vente avant de faire leurs achats. Face à ce constat on comprend le rôle primordial du vendeur qui est l'acteur, le pilier du bon développement de votre entreprise.

### ➤ Objectifs

Acquérir les savoirs de base nécessaires à la dynamisation et au développement de ventes en boutiques

### ➤ Pré requis

Aucun

### ➤ Tarif

950 €

### ➤ Lieu

Présents dans toute la France

### ➤ Méthode

Alternance de cours théoriques  
Et d'exercices pratiques  
Jeux de rôles  
Etudes de cas

### ➤ Matériels pédagogiques

Ordinateur portable  
Rétroprojecteur  
Matériel vidéo

### ➤ Validation

Attestation de formation

### Introduction

Types de clients et leurs attentes  
Droits et devoirs du client  
Droits et devoirs du vendeur en magasin.

### La vente en magasin

Savoir optimiser la PLV et L'ILV  
Vitrine et rayons vendeurs  
Le contact : regard, disponibilité, phrase d'accroche ou.  
Comment faire la différence dès les premiers mots  
La prise en charge : besoins et attentes  
Le conseil : vendre l'utilisation, le plaisir, les bénéfices  
Les objections : écouter, accepter, traiter  
La conclusion : rassurer et entraîner le client  
La prise de congé : ouvrir sur un prochain contact. Et savoir se servir de l'ILV ou des promotions

### Vendre plus

La vente additionnelle : un produit complémentaire  
La vente moussée : le même produit en plus grand, plus gros, plus cher

### Le téléphone

Qui est prioritaire, le téléphone ou le client présent ?  
Les spécificités du téléphone  
Comportements au téléphone Vocabulaire « vendeur ».

### Gérer les clients difficiles

Ecouter pour désarmer la colère  
Reformuler pour obtenir l'adhésion  
Proposer une solution  
Choisir un arbitre en cas de désaccord