



AMELIORER LA TECHNIQUE DE VENTE DES PRODUITS ELECTROMENAGERS ET ELECTRONIQUES

DOMAINE :

VTE-2012-012-FCM

POPULATION CIBLE :

Vendeurs spécialisés – Electrodomestique grand public.

PRE REQUIS :

Vendeur débutant ou confirmé.

RYTHME :

Présentiel :
 Formation à distance :
 Parcours :

OBJECTIFS :

- A l'issue de la formation, le participant sera capable de :
 - Améliorer son efficacité commerciale.
 - Structurer sa vente
 - Développer la confiance en soi et du savoir-faire commercial.
 - Développer du CA vendeur et du résultat.

DUREE :

Nombre de jour(s) 5 (35 heures)
 En continu Oui Non

APPROCHE PEDAGOGIQUE :

Alternance d'exercices pratiques (70%) et de séquences théoriques (30%). Un quiz permettra de vérifier l'acquisition des connaissances.

PROGRAMME :

Les étapes de la vente

- L'accueil
 - Etre disponible c'est un état d'esprit !
 - Que dites-vous après avoir dit bonjour ?
 - Comment enchaîner la découverte de façon positive.
 - La découverte :
 - C'est le client qui détient la clef de la vente,
 - Garder le contrôle de sa vente,
 - Poser des questions PPA (passé, présente, avenir),
 - Amorcer les ventes complémentaires produits et services,
 - Valider et proposer.
 - l'argumentation :
 - Présentation des types de vendeurs inefficaces,
 - Cibler l'argumentation (parlez-moi de moi)
 - La conclusion :
 - Attendre ou faire réagir,
 - Etat d'esprit et comportement gagnant,
 - Les techniques de conclusion,
 - Les objectifs de conclusion.
 - Simulation de vente.
 - Bilan.
- Les ventes additionnelles :
 - Les différentes ventes complémentaires : produits, accessoires, services,
 - Argumenter et conclure sur les ventes additionnelles.
 - **Produits Multimédia**
 - Les fonctionnalités qui font la différence :
 - Les nouveautés des produits,
 - Les technologies nouvelles au service du besoin client,
 - Les caractéristiques transformées en usages et bénéfiques clients.
 - **Produits Electroménagers**
 - Les fonctionnalités qui font la différence :
 - Les nouveautés des produits,
 - Les technologies nouvelles au service du besoin client,
 - Les caractéristiques transformées en usages et bénéfiques clients.
 - Savoir vendre par la démonstration :
 - Les démonstrations efficaces,
 - Les arguments de vente et de montée en gamme,
 - Savoir argumenter sa proposition.