



De vendeur/vendeuse à expert/e en vente en magasin

Objectifs de formation

- Accompagner les vendeurs en magasin dans le développement des compétences nécessaires pour exceller dans leur rôle : mieux comprendre les besoins des clients, améliorer les techniques de vente, conclure efficacement, et augmenter le panier moyen grâce à des ventes additionnelles.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre le Rôle d'un Bon Vendeur
- Maîtriser les Produits et Services
- Acquérir des techniques d'approche et de découverte des besoins clients
- Comprendre et répondre aux attentes implicites des clients grâce à l'écoute active.
- Proposer des produits complémentaires ou supplémentaires de manière naturelle.
- Savoir conclure efficacement une vente
- Mettre en place des actions pour fidéliser les clients.

Durée : 03 jours -21 heures

Présentiel : Présentiel ou Classe virtuelle

Tarifs :

Tarif Inter : 1690 €

Dates :

Les 12, 19, 26 Aout 2025

ou Les 03, 10, 17 Novembre 2025

Prérequis

- Première expérience en vente

Public

- Vendeurs/vendeuses en magasin souhaitant améliorer leur performance.

Programme

Module 1 : Comprendre le Rôle d'un Bon Vendeur (3 heures)

- **Objectifs pédagogiques** : Comprendre les attentes d'un bon vendeur en magasin.
Identifier ses forces et ses axes d'amélioration personnelle.
- **Programme détaillé** : Présentation des caractéristiques d'un bon vendeur : écoute, empathie, proactivité.
Évaluation individuelle des compétences (questionnaire, exercices).
Identification des défis spécifiques rencontrés en magasin.
Définition des objectifs personnels et professionnels pour la formation.
- **Méthodologie** : Questionnaire d'auto-évaluation.
Discussions de groupe.
Échanges sur les expériences vécues.

Module 2 : Maîtriser les Produits et Services (3 heures)

- **Objectifs pédagogiques** : Connaître parfaitement les produits et services proposés.
Être capable de mettre en avant leurs avantages et de répondre aux objections.
- **Programme détaillé** : Caractéristiques techniques, bénéfices et arguments de vente pour chaque produit.
Création d'un « pitch produit » clair et convaincant.
Études de cas : répondre aux questions fréquentes des clients.
- **Méthodologie** : Travail en binôme pour présenter des produits.
Mise en situation avec des objections clients fictives.

Module 3 : Les Étapes Clés de la Vente (3 heures)

- **Objectifs pédagogiques** : Comprendre les étapes essentielles d'un processus de vente.
Acquérir des techniques d'approche et de découverte des besoins clients.
- **Programme détaillé** : Les 6 étapes de la vente : accueil, découverte, argumentation, gestion des objections, conclusion, suivi.
Techniques pour engager une conversation : le questionnement ouvert et fermé.
Adapter son discours aux différents types de clients.
- **Méthodologie** : Jeux de rôle sur les différentes étapes de la vente.
Ateliers sur le questionnement et la reformulation.

Module 4 : Communication et Écoute Active (3 heures)

- **Objectifs pédagogiques** : Développer une communication efficace et engageante.
Comprendre et répondre aux attentes implicites des clients grâce à l'écoute active.

- **Programme détaillé** : Les bases d'une communication positive : ton, posture, langage verbal et non-verbal.
Techniques d'écoute active : reformulation, validation des besoins.
Gestion des clients difficiles : rester calme et professionnel face aux objections ou insatisfactions.
- **Méthodologie** : Simulation de scénarios clients.
Analyse de vidéos ou cas pratiques.

Module 5 : Vente Additionnelle et Croisée (3 heures)

- **Objectifs pédagogiques** : Identifier des opportunités pour augmenter le panier moyen.
Proposer des produits complémentaires ou supplémentaires de manière naturelle.
- **Programme détaillé** : Définir la vente additionnelle et croisée : exemples concrets en magasin.
Techniques pour suggérer des produits complémentaires :
L'effet « pack » ou « combo ».
Argumentation basée sur l'utilité pour le client.
Intégrer la vente additionnelle dans le parcours client sans paraître insistant.
- **Méthodologie** : Création de scénarios de vente additionnelle.
Jeux de rôle avec feedback sur la fluidité des propositions.

Module 6 : Gérer les Objections et Conclure une Vente (3 heures)

- **Objectifs pédagogiques** : Transformer les objections en opportunités.
Savoir conclure efficacement une vente en valorisant l'expérience client.
- **Programme détaillé** : Identifier les objections courantes : prix, besoin, qualité.
Techniques pour répondre aux objections :
Méthode CAP (Caractéristique, Avantage, Preuve).
Reformulation positive.
Stratégies pour conclure une vente avec confiance : phrases clés et gestes d'engagement.
- **Méthodologie** : Études de cas sur des objections fréquentes.
Simulations de conclusion de vente.

Module 7 : Service Client et Fidélisation (3 heures)

- **Objectifs pédagogiques** : Offrir une expérience client mémorable.
Mettre en place des actions pour fidéliser les clients.

- **Programme détaillé** : Importance du service client dans la fidélisation et le bouche-à-oreille.
Techniques pour dépasser les attentes des clients : personnalisation, suivi post-achat.
Stratégies de fidélisation : carte de fidélité, promotions ciblées, remerciements personnalisés.
- **Méthodologie** : Création d'un plan de fidélisation adapté au magasin.
Étude de cas : analyse des pratiques de grandes enseignes.

Synthèse et évaluation (1 heure)

Modalités pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques et pratiques
- Exercices d'applications construits à partir des informations transmises par le commanditaire
- Travail en sous-groupe
- Document de synthèse remis à l'issue de la formation
- Matériel : aucun

Financement

- OPCO sous conditions
- Entreprise
- Individuel

Dates et horaires

- Intra-entreprise en concertation avec l'entreprise
- Inter-entreprises, selon planning de formation ORDIA
- Horaires de 8h30 à 12h00 et de 13h00 à 16h30