

Accueillir et vendre en agence

La vente en agence ou au comptoir présente ses propres spécificités et difficultés. Le commercial doit accueillir, vendre et souvent servir dans un environnement propice à la dispersion.

La fréquentation de l'agence ou l'affluence au comptoir sont des éléments variables difficilement maîtrisables. Pour vendre en agence, il est nécessaire de maîtriser les techniques de communication et d'accueil, les techniques d'écoute, de questionnement et de conclusion en tenant compte des situations particulières.

Une approche dynamique de la vente en agence pour garder le contrôle de son activité, gérer les situations particulières et ne pas dévier vers une posture de type « caissier ».

POINTS FORTS

L'adaptation des techniques de vente dans un environnement perturbé

OBJECTIFS

Comprendre le rôle du vendeur comptoir dans la relation client

Acquérir les techniques de communication

Adopter la bonne écoute et proposer des produits additionnels

Maîtriser l'entretien et conclure ses ventes au comptoir

INFOS PRATIQUES

Formation professionnelle inter-entreprises personnalisable en intra-entreprise

Durée : 2 jours (14 h) en présentiel

Groupe de 8 participants maximum

Prérequis : Aucun



PROFILS

Les forces de vente sédentaires, vendeurs internes, chargés d'accueil.

Réf. FC11

Prix INTER : 1 350 €HT (Dates et disponibilités sur demande)

Package INTRA : 2 460 €HT (Dans vos locaux : Groupe de 8 personnes maximum)

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Dialogue, partages d'expériences, échanges en plénière, mises en situation, tests d'autodiagnostic.

FORMATEURS

Nos consultants formateurs et animateurs sont des experts reconnus de l'action commerciale. Ils interviennent régulièrement en entreprise pour animer et piloter des actions de développement aux côtés des forces de vente.

Programme de la formation

Introduction

Echanges d'expériences
 Quel commercial êtes-vous ? Se situer, faire état de ses attentes

1 Les attentes et la confiance du client

L'accueil en agence
 La confiance du client
 Ce qu'il faut bannir
 Le langage et la gestuelle
 La personnalité du vendeur
 Les différents types de clients

2 Les besoins et les motivations du client :

Les besoins du client
 Les motivations
 L'écoute – Questionner pour diriger
 La force des questions
 Les techniques pour faire s'exprimer le client

3 Argumenter – Le traitement des objections

Les bons arguments – Comment les utiliser ?
 Être convaincant et offensif sans être agressif
 Origines et traitement des objections et des obstacles
 La défense du prix

4 La vente des promotions et la vente additionnelle

5 Conclure la vente

Comment conclure
 Les différentes techniques de conclusion

6 L'organisation de la Vente Interne

Les actions à mener et l'organisation de l'équipe
 Les priorités
 La mission du vendeur sédentaire

7 Les situations particulières au comptoir

Agir face aux bavards
 Faire face aux mécontents
 Comment réagir avec la pression des « heures de pointe » ?

Mises en situations – Jeux de rôles

Travail en groupe
 Appui sur l'expérience des stagiaires et les observations terrain
 Mise en œuvre des techniques acquises au cours de la formation

Moi au sein du groupe, je fixe mon propre CAP (le Cadre de mon Action de Progrès) et je m'engage dès maintenant dans sa réalisation sur le terrain.