

Développer le panier moyen client grâce à la vente additionnelle

(Commerce alimentaire) - Lundi 9 mars 2020

Méthodes et Outils

Pédagogiques :

Méthode active avec cas pratiques et mises en situation. Outils pratiques pour une utilisation immédiate. Echanges et communication favorisés. Document de synthèse.

Evaluation et suivi post formation:

Evaluation des acquis, remise d'une attestation de fin de formation.
Suivi post formation 3 mois après la formation

Durée de la formation/ modalités pédagogiques:

Lundi 9 mars 2020
08h30/12h00 ; 13h30/17h00

Lieu:

8 route de fauch 81000 Albi

Tarif restant à la charge du stagiaire :

50 euros

Formatrice:

Stella CAPDEVIELLE

15 ans d'expériences en relation client et fonction commerciale
Certificat de Formateur Double Compétences

Contexte et Public visé:

Aujourd'hui plus que jamais, face à l'augmentation du coût des matières premières, il est nécessaire pour un commerce de proximité de développer son panier moyen. Etre un professionnel de la vente suppose d'avoir des prédispositions pour le contact humain. Mais devenir un excellent vendeur passe inévitablement par un apprentissage des méthodes de ventes. Cette formation s'adresse aux employés et gérant de commerces alimentaires de proximités. Elle va vous permettre d'optimiser votre potentiel de vendeur en identifiant et analysant votre environnement de vente. Maîtriser les différentes phases de l'entretien de vente, c'est assurer la mise en confiance du client pour satisfaire et fidéliser un acheteur.

Pré-requis

Etre impliqué dans le développement du panier moyen, être en contact avec la clientèle d'un point de vente

Objectifs pédagogiques

- Définir les phases de la vente et la posture à adopter dans la vente conseil en commerce de proximité
- Identifier les différentes typologies clients et leurs attentes
- Constituer un argumentaire de vente personnalisé
- Conseiller le client selon ses attentes et besoins

Programme

I/ La connaissance de ses produits

- ses produits, ses spécialités, ses prix
- le savoir-faire artisanal

II/ Les étapes de l'expérience client

- de l'accueil à la sortie du magasin, la relation client dans toute l'expérience client
- les 4 C de la vente conseil en commerce de proximité
- la communication, la technique de questionnement, l'écoute, la posture

III/ L'argumentaire de vente

- les différentes typologies clients, leurs attentes, leurs motivations d'achat

- l'argumentaire CAP/SONCAS,
- l'argumentaire sensoriel pour valoriser ses produits (visuel, olfactif, gustatif)

-IV/ Les produits de la vente additionnelle