



Mieux vendre et conseiller en salle d'exposition



Publics visés

Vendeurs en salle d'exposition souhaitant maîtriser les aspects fondamentaux de l'entretien de vente.

L'esprit commerçant n'est pas forcément inné, il doit s'acquérir !

Véritable pilier de la salle d'exposition, le vendeur conseil en salle d'exposition doit faire valoir de nombreuses qualités afin de gérer ses ventes, de l'accueil du client, jusqu'à la conclusion de la vente par finalisation du projet du client.

Cette formation va vous permettre de gagner en confiance et en efficacité lors de vos entretiens de vente.

Objectifs opérationnels de la formation

Développer ses techniques et son « comportement vendeur » pour être plus efficace dans l'atteinte de ses objectifs de vente.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation les apprenants seront capables de :

- Identifier et définir les différentes étapes d'un entretien de vente
- Maîtriser les techniques d'accueil, d'accroche
- Questionner et pratiquer une écoute active pour découvrir le projet, les attentes et les motivations des clients
- Maîtriser les techniques d'argumentation, présenter son produit ou service et traiter les objections
- Faire face aux terribles pressions tarifaires d'Internet
- Négocier et engager le client dans la prise de décision
- Relancer les devis au téléphone

Prérequis nécessaires :

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation

Contenu du programme

L'évolution de la salle d'exposition

- La relation tripartite entre le particulier, l'installateur et le vendeur
- L'obsolescence de l'habituelle démarche : sourire – accueil – renseignements
- La nécessaire rupture de l'obligation de remettre un devis en fin d'entretien
- La différenciation des acteurs du marché : GSB, distribution professionnelle et internet. : Quel rôle pour le distributeur : dépanneur de la GSB ou créateur de valeur ?

Les nouveaux outils pour gagner du temps, de la crédibilité et réaliser des ventes

- Influencer le client sur son pouvoir à choisir son fournisseur dès le 1er contact.
 - L'outil de différenciation concurrentielle
 - La mesure objective de la réalité du projet du client et sa volonté à le réaliser.
 - La gestion de son temps par l'analyse de la qualité de la relation commerciale.

Au-delà de la technique, les comportements qui conditionnent l'acte de vente

- Passer d'une fonction conseiller(e) à vendeur en salle d'exposition
- La traduction dans les mots, les actes et la démarche de ces comportements

Mettre en confiance le client, savoir se différencier et prendre habilement le leadership en phase d'accueil client

- Les croyances et les attentes particulières d'un client en Salle d'exposition
- Les comportements clés à adopter pour le mettre en situation de confiance
- Obtenir une crédibilité personnelle et commerciale, gages de confiance
- L'analyse du parcours client pour valoriser la faisabilité du projet

“Approchez chaque client avec l'idée de l'aider à résoudre un problème ou à atteindre un objectif, pas de lui vendre un produit ou un service.”

Brian Tracy

Durée de la formation

- 3 journées de formation
- 21 heures

Tarifs de la formation

Tarif Inter-entreprises

- 590 € HT par journée et par personnes*
- 1 770 € HT pour l'ensemble du stage
- Repas de midi offert

Tarif intra

- Nous consulter

* Entreprises de moins de 50 salariés : Possibilité de prise en charge de tout ou partie de la formation par votre OPCO

Mettre en confiance le client, savoir se différencier et prendre habilement le leadership en phase d'accueil client

- Les croyances et les attentes particulières d'un client en Salle d'exposition
- Les comportements clés à adopter pour le mettre en situation de confiance
- Obtenir une crédibilité personnelle et commerciale, gages de confiance
- L'analyse du parcours client pour valoriser la faisabilité du projet

Identifier les critères de choix et de décision, montée en gamme et vente additionnelle

- La différenciation des attentes et exigences du client quant à son projet.
- La prise en compte de la demande du client sur toutes ses dimensions.
- Sortir absolument de la demande de son budget afin d'éviter l'enfermement.
- La technique des questions pour comprendre les critères de choix et décision
- La place des reformulations pour valider ses engagements et l'accompagner.

Créer une forte valeur ajoutée pour être incontournable et verrouiller son client

- Les deux dimensions de l'argumentation : technique et commerciale
- Savoir structurer son discours et donner du volume à son argumentation.
- Les clés de la persuasion pour orienter le client sur le juste choix.
- Les techniques pour convaincre et créer une valeur ajoutée différenciante.

Vaincre « Internet » et ses conditions commerciales ensorcelantes

- Les sites internet et leurs promesses qui n'engagent que ceux qui les croient
- Les facteurs de différenciation entre la distribution et les offres internet
- Quel discours tenir face aux pressions d'un client séduit par le prix présenté pour un produit identique en tout point ?
- Quels comportements adopter pour déstabiliser le client et le raisonner ?

Identifier les critères de choix, décision, montée en gamme et vente additionnelle

- La différenciation des attentes et exigences du client quant à son projet
- Sortir absolument de la demande de son budget afin d'éviter l'enfermement
- La technique des questions pour comprendre les critères de choix et décision
- La vente de produits complémentaires et la démarche de montée en gamme
- La place des reformulations pour valider ses engagements et l'accompagner

S'affirmer, négocier, défendre ses marges et conclure par la prise de commande

- Savoir traiter facilement le « quelle remise faites-vous ? » et le « si j'achète directement combien m'accordez-vous ? »
- Maîtriser les étapes incontournables d'une négociation réussie et permettant d'identifier la réalité des propos du client

- Différencier la situation de négociation à celle du marchandage du client
- Identifier le moment opportun pour conclure, sortir rapidement du silence et engager le client sur des points de détails
- Traiter toutes les objections exprimées par le client pour pouvoir fuir
- Les techniques pour conclure sur un prochain rendez-vous

La relance du devis, preuve d'intérêt aux yeux du client et récompense personnelles

- Traquer les fausses croyances, les peurs cachées et le manque d'assurance
- Quelles relances et quel message : mail, messagerie téléphonique et sms ?
- Ne pas se tromper d'objectif afin d'éviter de parler du devis au téléphone
- Identifier le moment opportun pour conclure, sortir rapidement du silence et engager le client

Méthodes et supports de formation

Toutes nos formations sont découpées en séquences qui répondent à un objectif précis.

Les séquences regroupent un ensemble de méthodes affirmatives et actives pour permettre aux stagiaires d'ancrer la théorie par la mise en pratique, de partager leurs expériences et progresser ensemble : Réflexion individuelle -Partage d'idées et d'expériences - Mises en situations filmées

Des ressources pédagogiques papiers ou numériques sont remis à chaque fin de formation.

Une attestation de fin de formation avec atteinte des objectifs est remise à chaque stagiaire.

Un certificat de réalisation et/ou de présence est fourni et adressé au commanditaire employeur.



Modalité d'évaluation pré-formation

En amont de la formation, un questionnaire de pré-formation est transmis aux apprenants afin vérifier son adhésion au projet de formation, faire émerger ses attentes et ses besoins en termes de contenu de formation, repérer les blocages ou les freins éventuels, qu'ils soient d'ordre pratique, cognitif ou motivationnel.

Ce questionnaire permettra aussi de s'assurer que l'apprenant dispose des connaissances, savoir-faire et savoir-être nécessaire pour suivre correctement cette formation.

Au démarrage de chaque formation, pour s'assurer que les objectifs de l'apprenant soient en adéquation avec les objectifs de la formation, nos formateurs réalisent un tour de table permettant d'évaluer le niveau initial de chaque apprenant, leurs attentes, ainsi que leurs représentations, leurs certitudes et leurs idées reçues, sur la thématique de l'action de formation.

Modalité d'évaluation post-formation

Evaluation des objectifs de formation

L'atteinte des objectifs de formation est mesurée par le formateur qui sur chaque étape de la vente va évoluer les points forts et les axes de progrès restant à mener.

Evaluation de la satisfaction

Evaluation de la satisfaction du stagiaire : Une évaluation est réalisée à la fin de nos formations pour mesurer :

- **Contenu** : Respect du programme et des objectifs, intérêt des contenus - **Animation** : Expertise de l'animateur, réponses aux questions, interactions avec le groupe - **Pédagogie** : Equilibre entre théorie et pratique - **Logistique** : Etat des salles, qualité de l'accueil et des déjeuners

Evaluation de la satisfaction du donneur d'ordre : Une évaluation est adressée à la fin de nos formations pour mesurer : - **Préparation** : Qualité du travail en amont pour identifier, prendre en charge le besoin et apporter la solution appropriée - **Contenu** : Respect du programme et des objectifs, retour d'expériences des collaborateurs après la formation - **Logistique** : Qualité du suivi administratif du dossier formation et de l'organisation logistique

Evaluation de la satisfaction par vos financeurs : Si l'action de formation nécessite le financement par un tiers autre que l'entreprise, une évaluation permettant d'apprécier le déroulement de notre collaboration de manière globale lui sera adressé en fin de formation une fois par an.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap



Si l'un des stagiaires inscrit par le bénéficiaire est en situation de handicap, le bénéficiaire s'engage à avertir en amont 2nd ACADEMY afin d'étudier la faisabilité de l'inscription et le cas échéant les aménagements spécifiques nécessaires à la préparation et au suivi de sa formation.

Référent Handicap : Ghislaine BLASQUEZ – g.blasquez@2nd-academy.fr
07 56 27 86 82

Dates des sessions	Renseignements
Lyon Session 1 : 2, 3 et 4 avril 2024 Session 2 : 15, 16 et 17 octobre 2024	Cédric ANGELI - 06 25 65 70 36 c.angeli@2nd-academy.fr
Paris Session 1 : 14, 15 et 16 mai 2024 Session 2 : 10, 11 et 12 septembre 2024	
Aix en Provence Session 1 : 9, 10 et 11 avril 2024 Session 2 : 8, 9 et 10 octobre 2024	
	Inscription
	Nathalie GOURDOL – 06 45 31 78 56 n.gourdol@2nd-academy.fr



Mise à jour le 05 février 2024