

# Mieux vendre et conseiller au comptoir et en Libre-Service

Dans un marché compétitif, les vendeurs doivent fidéliser en créant confiance et qualité.

En 3 jours, cette formation vous aide à devenir proactif, comprendre les besoins, améliorer l'accueil et maîtriser la vente.

**Publics Cibles** : Vendeur au comptoir ou en libre-service souhaitant maîtriser les aspects fondamentaux de l'entretien de vente.

**Prérequis nécessaire** : aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

## Durée de la formation

- 3 journées de formation.
- 21 heures.

## Tarifs

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

## Stages inter-entreprises

550 € HT par journée et par personne.  
1 650 € HT pour l'ensemble du stage.  
Repas de midi offert.

## Stages inter-entreprises

Nous consulter.



## Objectifs généraux et pédagogiques

Développer un comportement vendeur agile et une maîtrise des techniques de vente afin de maximiser vos performances commerciales et d'atteindre vos objectifs de vente de manière durable.

### À l'issue de la formation, les apprenants seront capables de :

- Identifier et structurer les étapes clés d'un entretien de vente.
- Maîtriser l'accueil des clients professionnels, tant au comptoir qu'en libre-service.
- Pratiquer une écoute active et poser les bonnes questions pour découvrir les attentes et les motivations du client.
- Appliquer des techniques d'argumentation adaptées, présenter des produits et services, et répondre efficacement aux objections.
- Anticiper les besoins futurs et vendre de la complémentarité.
- Savoir engager le client dans une prise de décision

**Nantes** : 03, 04 et 05 juin 2025

**Paris** : 17, 18 et 19 juin 2025

**Lyon** : 24, 25 et 26 juin 2025

**Aix** : 08, 09 et 10 juillet 2025

**Toulouse** : 20,21 et 22 mai 2025

## 1

### SÉQUENCE 1 : IDENTIFIER ET STRUCTURER LES ÉTAPES CLÉS D'UN ENTRETIEN DE VENTE.

- L'accueil.
- La découverte.
- L'argumentation.
- La conclusion.

## 2

### SÉQUENCE 2 : MAÎTRISER L'ACCUEIL DES CLIENTS PROFESSIONNELS, TANT AU COMPTOIR QU'EN LIBRE-SERVICE.

- Le langage corporel : importance de la posture, des gestes et de l'expression faciale.
- La mémoire des noms : retenir facilement les noms des clients.
- L'accueil téléphonique : la gestion du téléphone vs la gestion physique des clients.
- Typologie de clients (Clients au comptant, clients en compte, clients en ouverture de compte, ...).
- Analyser la disponibilité du client pour pouvoir adapter son comportement de vendeur en fonction (client pressé, etc.).
- Établir et entretenir une relation de confiance avec vos clients.

## 3

### SÉQUENCE 3 : PRATIQUER UNE ÉCOUTE ACTIVE ET POSER LES BONNES QUESTIONS POUR DÉCOUVRIR LES ATTENTES ET LES MOTIVATIONS DU CLIENT.

- Les types de personnalité : Identifier les différents types et comportements des clients.
- L'efficacité relationnelle : L'impact de la perception et des modes de communication.
- Adapter son comportement du vendeur à différents types de clients.
- La personnalisation de l'expérience client : utiliser les informations clients pour créer une relation unique.
- L'écoute active : Pourquoi et comment ?
- Techniques de questionnement (ouvertes, fermées, alternatives, de relance).
- Découvrir les besoins explicites et implicites
- Découvrir les motivations

**Activité** : Mise en situation : Accueillir un client en agence et questionner pour cerner les attentes.

## 4

### SÉQUENCE 4 : APPLIQUER DES TECHNIQUES D'ARGUMENTATION ADAPTÉES, PRÉSENTER DES PRODUITS ET SERVICES, ET RÉPONDRE EFFICACEMENT AUX OBJECTIONS.

- Techniques d'argumentation adaptées au B2B
- Les caractéristiques, avantages et bénéfices (CAB).
- Focus produit : valoriser les services spécifiques à l'entreprise
- Les objections les plus fréquentes (prix, délais, produits, services).
- Les techniques de réponse aux objections (méthode CRC : Comprendre, Reformuler, Convaincre).
- L'art de la reformulation pour désamorcer les objections et recentrer l'échange.

**Activité** : Mise en situation : gestion d'une objection sur le prix et négociation d'une vente.

# Contenu du programme



5

## SÉQUENCE 5 : ANTICIPER LES BESOINS FUTURS ET VENDRE DE LA COMPLÉMENTARITÉ.

- Les clés de la vente additionnelle réussie (écoute des besoins, valorisation du produit, timing).
- Techniques pour introduire une vente additionnelle sans brusquer le client.
- L'importance de la personnalisation dans les propositions.

6

## SÉQUENCE 6 : SAVOIR ENGAGER LE CLIENT DANS UNE PRISE DE DÉCISION

- Savoir conclure un entretien :
- Les signaux d'achat.
- Techniques pour engager le client

**Activité** : Mise en situation : Mise en situation globale

## Méthodes et supports de formation

- Apports théoriques du formateur
- Mises en situation concrètes : jeux de rôle basés sur des simulation des différentes étapes d'un entretien de vente.
- Partages d'expériences : échanges entre participants pour enrichir les pratiques.

Ressources pédagogiques papiers ou numériques

- Fiche-outil : Les étapes de la vente



## Modalités d'évaluations de la formation

### Évaluation de la satisfaction du stagiaire

Une évaluation est réalisée à la fin de nos formations pour mesurer la satisfaction concernant :

- Le contenu : Respect du programme et des objectifs, intérêt des contenus
- L'animation : Expertise de l'animateur, réponses aux questions, interactions avec le groupe
- La pédagogie : Équilibre entre théorie et pratique
- La logistique : État des salles, qualité de l'accueil et des déjeuners

### Évaluation de la satisfaction du donneur d'ordre

Une évaluation est adressée à la fin de nos formations pour mesurer la satisfaction concernant :

- La préparation : Qualité du travail en amont pour identifier, prendre en charge le besoin et apporter la solution appropriée
- Le contenu : Respect du programme et des objectifs, retour d'expériences des collaborateurs après la formation
- La logistique : Qualité du suivi administratif du dossier formation et de l'organisation logistique

### Évaluation 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 adressée en fin de formation une fois par an.