

Ref : QUALI
02

FONDAMENTAUX DE LA VENTE EN MAGASIN D'OPTIQUE

Dans un contexte concurrentiel accru dans et de diminution des budgets, il est primordial pour un magasin d'optique de se démarquer et d'avoir une stratégie commerciale forte afin d'augmenter ses ventes.

Cette formation répond parfaitement à ces enjeux en vous proposant un stage pratique qui donnera aux personnes débutantes mais aussi aux vendeurs aguerris des clés supplémentaires pour accroître le CA et fidéliser les clients.



Public

Opticiens, vendeur en magasin d'optique



Participants

Jusqu'à 8 personnes



Intra

Dans vos locaux, selon vos disponibilités



Prérequis

Cette formation ne nécessite pas de posséder de prérequis en amont, aucune connaissance particulière.



Durée

1 jour (7 heures)



Inter

Nous consulter



Objectifs

- ✓ Acquérir ou renforcer sa culture commerciale dans un magasin d'optique
- ✓ Appréhender les techniques d'argumentation, présenter ses produits et gérer positivement les objections
- ✓ Engager son client dans l'acte d'achat
- ✓ Réaliser des ventes complémentaires ou additionnelles (cross selling)



Tarif

950 € HT

Programme

1/ LA PRISE EN CHARGE D'UN CLIENT EN FACE A FACE

- Savoir accueillir un client avec professionnalisme : retour sur les fondamentaux

2/ LES DEUX ORIENTATIONS D'UN ENTRETIEN DE VENTE DANS UN MAGASIN D'OPTIQUE

- La vente produit (adapter les besoins de son interlocuteur en fonction de sa gamme ou de ses orientations commerciales)
- La vente besoin (modeler son offre en fonction des besoins exprimés ou latents du client)

3/ LES ETAPES D'UNE VENTE EN MAGASIN D'OPTIQUE

- La prise de contact - La découverte - L'argumentation
- La conclusion - La prise de congé

4/ CONDUIRE UN ENTRETIEN DE VENTE

- Découvrir les besoins d'un client
- Les 3 étapes du besoin
- Le recueil des éléments indispensables
- Les questions les plus courantes et résultats attendus
- Être force de proposition sur le bon produit

5/ PRESENTER SES PRODUITS AVEC EFFICACITE ET PROFESSIONNALISME

- Les grands principes de l'argumentation ou de la présentation d'un produit
- Caractéristiques
- Avantages
- Bénéfice client

6/ LA REFUTATION DES OBJECTIONS

- Comprendre le processus psychologique d'une objection
- Sélectionner une méthode de réfutation des objections

7/ LA CONCLUSION

- De l'échec au succès
- Discerner les signaux d'achat et les freins à la vente
- Choisir son style de conclusion
- La prise de congé : un acte de fidélisation efficace

8/ LE CROSS SELLING OU COMMENT VENDRE DES PRODUITS COMPLEMENTAIRES

- Intégrer la phase cross selling dans son plan de vente

Méthodes pédagogiques

Partage d'expérience, apports théoriques, vidéos, étude de cas, exercices pratiques et mises en situation propres aux magasins d'optique

Matériel pédagogique

Vidéoprojecteur, vidéos, photos

Intervenant

Formateur expérimenté en qualité en optique

Travaux pratiques

Mises en situation et cas pratiques

Evaluation et validation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices à réaliser.
Délivrance d'un certificat de réalisation

Modalités d'accès

Positionnement par une entreprise, par un gérant d'entreprise ou en direct si salarié(e) du particulier employeur.

Délais d'accès :

Au plus tard 7 jours avant la date de début de la formation.

Support pédagogique :

Remis aux stagiaires à l'issue de la formation