

### Objectifs pédagogiques

Comprendre le rôle et l'impact du vendeur comptoir dans la fidélisation et le développement des clients.  
Renforcer les comportements gagnants dans l'accueil et le service du client.  
Réaliser des ventes additionnelles.

### Public

Vendeurs en points de vente et comptoirs.

### Prérequis

Aucun

### Durée

2 journées (14 heures)

### Modalités pédagogiques

Formateur expérimenté et spécialiste dans son domaine d'intervention.  
Méthode active et participative.  
Alternance d'apports théoriques, de présentation d'outils, méthodes concrètes et mises en situation pratiques.  
Approche basée sur l'expérience des participants.

### Moyens et supports pédagogiques

Support de cours numérique et attestation de formation remis en fin de formation.

### Modalités d'évaluation et de suivi

Mises en situation pratiques tout au long de la formation pour favoriser l'appropriation des concepts et outils abordés.  
Mémorisation des points essentiels de la formation avec des synthèses proposées régulièrement par l'intervenant.  
Évaluation des acquis via un quiz des connaissances en fin de session.

#### • Rôle du vendeur au comptoir

- Identifier ses points forts (technique, relationnel...)
- Le rôle du vendeur comptoir : accueillir, conseiller, développer les ventes, fidéliser
- Les 3 types de besoins des clients

#### • Accueillir le client

- Faire une première bonne impression : mots, gestes, distance, regard, sourire, gestion de l'espace
- Rendre le client unique
- Accueillir en situations difficiles : affluence, réclamations...

#### • Intégrer les techniques de vente pour satisfaire la demande du client

- Développer son écoute et sa faculté d'empathie
- Mener une découverte complète de la situation et des besoins du client
- Questionner pour comprendre la demande : techniques et bonnes pratiques
- La reformulation : outil de validation, outil de relation
- Satisfaire la demande du client : informer, expliquer, valoriser un produit/service

#### • Vendre le produit adapté et même plus

- Mettre en avant les bénéfices pour le client
- Adapter ses arguments aux motivations de l'interlocuteur
- Répondre sereinement à ses interrogations ou objections
- Adapter la présentation du prix en fonction de ses interlocuteurs
- Adopter les attitudes et expressions qui favorisent la confiance
- Réaliser des ventes additionnelles : décoder les "signes" pour aller au-delà du besoin
- Comment suggérer un autre produit lors d'une rupture de stock ? Comment l'argumenter ?

#### • Conclure la vente avec succès

- Engager le client vers la conclusion
- Inciter à l'achat immédiat
- Rassurer son client sur son achat
- Fidéliser ses clients