

# TECHNIQUES DE VENTE OMNICANAL

**DURÉE TOTALE : 19H**

## PRÉREQUIS :

Avoir des connaissances de l'environnement Windows ou Macintosh.

## PROGRAMMES DÉTAILLÉS

### La compréhension basique du processus de vente

- Quels sont les différents types de cycles de vente ?
- Vente en B2B ou B2C : modalités applicables par le vendeur et dispositions diverses
- Abordons les spécificités de la vente en B2B
- La vente en B2C : particularités
- Qu'est-ce que la règle des 4 C dans l'univers de la vente ?
- Abordons le plan de vente et les 7 étapes de la vente incontournables pour atteindre vos objectifs
- Comment intéresser vos prospects et clients avec un elevator pitch commercial ?
- Qu'est-ce que l'effet de halo ? Comment l'utiliser dans la démarche commerciale et quels sont ses avantages ?
- Qu'est-ce que le Customer Centric Selling ?
- Parlons de l'omnicanalité et de son impact dans l'organisation commerciale
- Quels sont les motivations et les freins à l'achat des clients ?
- Adoptez la vente attitude
- 10 conseils pour pratiquer l'écoute active
- Quelle qualité et quelles conditions pour finaliser une vente ?
- Et si, dans le business, l'empathie était la principale compétence ? A quoi sert-elle ?

### 7 étapes de ventes

- Introduction
- **Étape 1** : L'accueil du client
- Comment créer un climat d'accueil favorable
- Quels sont les moyens d'expression
- La règle des 4x20
- Conclusion
- **Étape 2** : Découvrir ses besoins
- Connaître les motivations d'achat
- La phase d'action
- Étape 3 : Le produit
- L'augmentation

## OBJECTIFS DE LA FORMATION :

- **Utiliser des outils numériques pour augmenter ses ventes en magasin comme à distance.**
- **Utiliser des outils d'analyse connectés pour identifier sa cible et analyser son marché.**
- **Rendre le client acteur de la vente et de la promotion des produits et des services.**

### Compétence principale 1 : Conseiller en magasin en utilisant les nouvelles technologies

- **Étape 4** : Identifier les objections
- Traiter les objections
- L'annonce du prix
- **Étape 5** : Conclusion de la vente
- **Étape 6** : La vente complémentaire
- **Étape 7** : Soigner la prise de congé
- La fidélisation
- Conseiller le client sur les produits ou services non disponibles en boutique grâce aux appareils connectés

### Les techniques de vente

- Comment bien préparer son premier rendez-vous commercial ?
- Qu'est-ce que la règle des 4 x 20 pour bien débuter un entretien commercial ?
- Quelles sont les techniques de questionnement à maîtriser pour mener à bien son entretien de vente ?
- Comment reformuler ?
- Qu'est-ce qu'un bon argumentaire commercial ?
- Comment réussir sa vente en 10 étapes ?
- Quels outils pour mieux vendre ?
- 3 conseils pour doper vos ventes
- Quelles sont les meilleures techniques de vente du moment ?
- Comment mieux vendre ?
- Conclure une vente : 13 règles d'or conclure une vente
- Conclure une vente : 10 techniques qui fonctionnent
- Techniques de vente en magasin, comment augmenter son chiffre d'affaires ?
- Quels sont les 8 freins à l'achat les plus couramment rencontrés ?
- Qu'est-ce qu'un mobile d'achat appelé aussi motivation d'achat ? Et comment décrypter les motivations d'achat de vos clients ?
- Qu'est-ce que la méthode de vente SIMAC utilisée par la force de vente de nombreux grands groupes internationaux ?
- Entrepreneurs, découvrez les 6 meilleures techniques de ventes pour vous aider à faire décoller votre business

## La négociation

- Quelques exemples d'argumentation et de traitement des objections fréquentes
- Négocier et défendre ses marges
- Déjouer les pièges des acheteurs dans les négociations difficiles
- Comment débloquer une vente ?
- Les 5 erreurs à ne pas commettre en négociation commerciale
- 7 techniques pour réussir ses négociations commerciales
- Techniques de Closing : remportez vos deals grâce au traitement des objections de vos prospects
- Comment répondre aux objections commerciales les plus fréquemment rencontrées ?
- Comment gérer les objections clients ?

## Encaissement

- Le matériel de caisse
- Les procédures de tenue de caisse
- Les moyens de paiement
- Le code barre
- Législation sur la monnaie fiduciaire

## Les bases du RGPD pour créer une fiche client

- Introduction
- Qui est alors concerné par le RGPD ?
- Le RGPD qu'est-ce que c'est ?
- Le RGPD, concrètement je fais quoi ?
- Quelles données sont concernées ?
- Créer une fiche et faire accepter la newsletter conformément au RGPD

## Compétence principale 3 : Conseiller à distance en utilisant les nouvelles technologies

### Conseiller à distance

- Comment échanger via un CHATBOT

## Compétence principale 4 : Fidéliser le client

### L'après-vente et la fidélisation

- Pourquoi fidéliser ses clients ?
- Pourquoi s'intéresser à la fidélisation client ?
- L'importance de la vente pour garantir la fidélité client
- Découvrez 5 conseils pour fidéliser un client
- L'écoute : clé de la relation clients
- Vendeurs : soyez au top de votre relation client
- Optimiser la gestion de son portefeuille clients
- Quelles sont les meilleures stratégies pour développer son portefeuille client ?
- Le début de la relation client ou comment bien gérer l'après-vente et la fidélisation
- Comment soigner sa relation client avec un site web ?
- Comment se différencier en temps de crise ?

- Quelles sont les meilleures stratégies en matière de fidélisation client ?
- Comment optimiser la gestion de votre portefeuille clients à l'heure du digital ?
- La satisfaction client, l'une des meilleures techniques de fidélisation
- Les conséquences de l'insatisfaction client
- Qu'est-ce que la relation client et comment soigner sa mise en application au sein de votre entreprise ?
- Comment enrichir une relation client à distance dans une organisation omnicanale ?
- Et si vous écoutiez vos clients mécontents/insatisfaits ?
- Quelle est l'importance de cette écoute dans la fidélisation ?

## Les fondamentaux pour communiquer sur les réseaux sociaux

### Module 9.1 : L'évolution des réseaux sociaux

- L'histoire des réseaux sociaux
- Les tendances 2021- partie 1 / les chiffres clés
- Les tendances 2021- partie 2 / les chiffres clés
- Pourquoi miser sur les réseaux sociaux

### Module 9.2 : Le Community Manager

- Qui est le Community Manager
- Les qualités du Community manager
- Les bonnes pratiques - 1 : choisir le bon format
- Les bonnes pratiques - 2 : création de contenu
- Les bonnes pratiques - 3 : penser mobile first
- Les bonnes pratiques - 4 : sociaux ads
- Les bonnes pratiques - 5 : engagement
- La veille quotidienne

### Module 9.3 : La communauté du Community manager

- Comprendre et entretenir sa communauté
- Construire et développer sa communauté

### Mettre en ligne des photos avec Canva

- Présentation du tableau de bord
- Rechercher un modèle
- Découvrir l'outil de création
- Modifier vos modèles
- Supprimer l'arrière-plan et modifier une photo
- Appliquer des effets sur votre photo
- Partager votre photo

## Utiliser les réseaux sociaux comme levier de communication et outils de vente

- Les indicateurs clés de performance à analyser
- La e-réputation
- La veille concurrentielle et la veille sociale médias

### Module 11.1 : Le projet social media

- Le projet social média
- Chef de projet
- Planification



- Le Cycle de vie du projet - Exploration
- Le Cycle de vie du projet – Préparation
- Le Cycle de vie du projet - Mise en œuvre
- Le Cycle de vie du projet - Finalisation
- Le reporting
- Exemples de projets social média
- Création de contenus et budgets
- Diffusion du contenu

### Comprendre son environnement de vente

- Le bouche-à-oreille
- Les fondamentaux d'une recommandation réussie
- Découvrez nos (13) conseils pour faire de votre salon professionnel une vitrine accueillante
- Quelle stratégie marketing pour vendre en B2C quelles sont les bonnes pratiques du moment ?
- Qu'est-ce que l'UX ?
- Les différents outils de communication
- Comprendre son environnement de vente
- Comprendre les différents supports de vente et leurs Impacts
- Comprendre Google Analytics et les reportings
- Comprendre LinkedIn et les reportings
- Construire sa E-réputation sur LinkedIn
- Comment traiter les données pour améliorer le processus de vente
- Répondre aux avis positifs et négatifs de Google
- Quiz de module
- L'utilisation des campagnes e-mailing et newsletters
- Utiliser les statistiques de Google Analytics

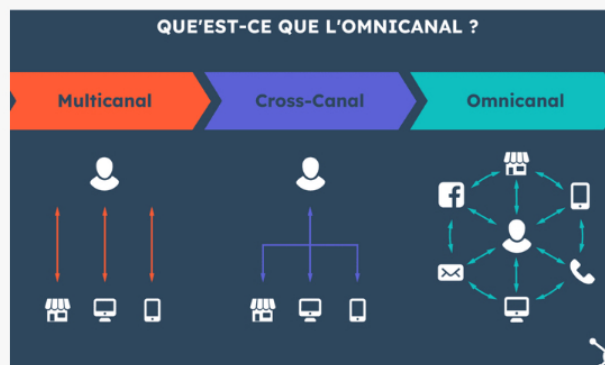
### La prospection omnicanal et la découverte client

- Les 4 étapes indispensables de la prospection client
- 5 règles d'or pour mener sa prospection à la réussite
- 6 étapes clés pour une prospection commerciale digitale efficace
- Quelles sont les techniques de prospection commerciale efficaces ?
- La prospection commerciale par reco
- Phase de découverte : oubliez vos a priori !
- Besoins clients ... Pas d'erreurs d'interprétation
- L'art du Storytelling ou comment raconter une histoire qui fait vendre !
- Méthode QOOQCP : sachez utiliser les bonnes questions pour la découverte des besoins de vos clients
- Comment prospecter et vendre par téléphone
- Prospection commerciale : quelles sont les meilleures pratiques pour conclure une vente avec un prospect difficile ?

- Comment éveiller l'intérêt qui semble indifférent?
- Comment réussir un plan de découverte et ainsi améliorer ses ventes ?

### La prospection téléphonique dans une démarche omnicanal

- Découvrez 7 astuces pour améliorer vos ventes par téléphone
- Comment booster votre performance en télévente ?
- Comment dépasser vos propres freins et mener votre téléprospection avec succès ?
- Vendre à un client par téléphone : voici quelques astuces pour améliorer votre technique d'approche
- Téléprospection : des erreurs à éviter ? Absolument !
- Comment augmenter vos prises de rendez-vous en téléprospection ?
- Script ou guide d'entretien téléphonique : l'indispensable préparation pour une déjouer les barrières lors de vos campagnes de télémarketing
- Script téléphonique pour vos actions de prospection téléphonique : existe-t-il une méthode parfaite ?
- Nos conseils pour vous aider à réaliser des scripts d'appel efficaces pour atteindre vos objectifs



**SCANNER POUR EN SAVOIR PLUS SUR LES FORMATIONS**

**PUBLIC VISÉ :**

Commerciaux, directeurs commerciaux, dirigeants et toute personne placée régulièrement en situation de vente.