13 - 01 LES FONDAMENTAUX DE L'ACCUEIL ET DE LA VENTE EN SALLE EXPOSITION

PUBLIC	PRÉREQUIS	DURÉE	NIVEAU spécialisation 1
Vendeur salle exposition	Idéalement, avoir un début d'expérience en salle expo	2 jours / 14 heures	Acquisition / Consolidation des fondamentaux

OBJECTIFS

SAVOIR-FAIRE commercial

- Maîtriser les étapes de l'accueil, de la conduite et de la gestion d'un entretien de vente en salle exposition
- Gérer son temps et ses priorités pour consacrer l'essentiel de ses actions à l'accueil , à l'accompagnement des clients, au suivi des devis et à la prise des commandes
- Développer une attitude de service qui sécurise et fidélise

SAVOIR commercial

- Connaître les techniques et les comportements associés aux différentes étapes de l'accueil et de la vente en salle exposition
- Identifier les points clés d'un entretien de vente efficace : *la prise de contact, la découverte du client et des ses besoins, la proposition et l'argumentation d'une offre adaptée, l'établissement d'un devis, la prise de commande, le suivi et le respect des engagements*

PROGRAMME

LA GESTION DU TEMPS EN SALLE EXPOSITION

Les priorités de la mission :	les activités prioritaires « à forte valeur ajoutée » de la vente en exposition
La répartition du temps :	l'autodiagnostic et l'analyse de la répartition de son temps sur une journée
Les activités chronophages :	le repérage des parasites du temps et les causes de perte de temps
Les bonnes pratiques :	l'élaboration des bonnes pratiques pour améliorer la gestion du temps

L'ACCUEIL

L'impact de l'accueil :	l'importance de la première impression (vendeur, agence)
Les règles à respecter :	la gestion des priorités et des attentes, l'état d'esprit service
Les attitudes appropriées :	la voix, le sourire, le dynamisme, l'écoute, la valorisation, la directivité
Les bonnes formulations :	le langage positif, le bon vocabulaire, les phrases d'accroche

LA DÉCOUVERTE DU CLIENT ET DE SES BESOINS

La découverte du client :	son profil et ses intentions : particulier, pro, acheteur, visiteur, e-client…
L'identification de ses besoins :	son projet, ses contraintes et ses motivations
L'intérêt du questionnement :	les techniques : questionnement, écoute, reformulation, validation les questions et les comportements appropriés
L'importance de l'écoute :	l'écoute active et l'écoute empathique

LA PROPOSITION ET L'ARGUMENTATION DE L'OFFRE

La proposition d'une solution :	une offre « Produits et Services » personnalisée et adaptée aux besoins
L'argumentation :	la présentation de leurs avantages, le traitement des objections
La défense de la marge :	la valorisation des atouts concurrentiels de l'offre et de l'entreprise …
La vente complémentaire :	les produits et services complémentaires qui améliorent l'offre

LA REMISE DU DEVIS ET LA PRISE DE COMMANDE

La remise du devis :	les éléments du devis, le contrôle des encours, sa présentation au client
La relance des devis :	le contrôle de l'adhésion du client, le traitement des objections
La conclusion de l'entretien :	la prise de commande ou d'un rendez-vous pour une nouvelle tentative
La transmission des infos utiles :	horaires de livraison, délais, accès au chantier, exigences du client

Outils Méthodes	Pédagogie active et participative : exposés, synthèses, jeux de rôle, mises en situation, analyses Livret formation - Évaluation des acquis : quizz, exercices - Évaluation de la formation « à chaud »