

Mise à jour du : 02/09/2025

PROGRAMME DE LA FORMATION

Maîtriser les bases de la vente

Acquérir et perfectionner les techniques essentielles à la relation client et à la vente efficace à travers une approche pratique et concrète.

PUBLIC	OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES
Responsables de commerces Managers de points de vente Gérants (salariés ou non) Personnels de vente	<ul style="list-style-type: none"> Conduire un entretien de vente du début à la fin avec assurance Comprendre vos clients et adapter votre discours Gérer les objections avec aisance et efficacité Conclure ses ventes dans de bonnes conditions Fidéliser ses clients tout en développant le panier moyen
NOMBRE DE PARTICIPANTS	PROGRAMME PÉDAGOGIQUE
Sessions de groupe (5 à 8 participants) ou accompagnement individuel	<p>Jour 1 : Je comprends les bases du processus de vente et j'adopte une posture de conseiller.-ère de vente.</p> <ul style="list-style-type: none"> Identifier et analyser les étapes clés du parcours de vente <ul style="list-style-type: none"> Structurer son approche pour rester efficace et clair Identifier les étapes d'un acte de vente, du contact à la conclusion Intégrer les attentes commerciales de l'enseigne Instaurer une relation de confiance dès le premier contact <ul style="list-style-type: none"> Mettre en pratique la règle des 4x20 pour réussir son accueil Soigner son accroche pour capter l'attention du client Utiliser l'écoute active pour cerner les besoins et les attentes du client Identifier les besoins et motivations du client <ul style="list-style-type: none"> Identifier un besoin avec la méthode CQQCOQP Analyser les motivations d'achat grâce à la pyramide de Maslow Reformuler les propos du client de manière claire et professionnelle Mettre en valeur son produit ou service <ul style="list-style-type: none"> Adapter son discours à chaque client Structurer ses arguments avec la méthode CAP (Caractéristiques, Avantages, Preuves) Renforcer son impact en utilisant les leviers sensoriels du modèle VAKOG.
DURÉE	14 heures soit 2 jours
ORGANISATION	Format privilégié : présentiel sur site (intervention terrain) Possibilité de formation à distance ou en format hybride (à convenir) Zone géographique : France entière

Mise à jour du : 02/09/2025

Salle de formation mise à disposition par l'entreprise (ou louée si besoin)	<ul style="list-style-type: none"> ● Gérer les objections avec méthode <ul style="list-style-type: none"> ○ Identifier les objections les plus courantes ○ Répondre avec assurance tout en restant ouvert ○ S'exercer à construire un argumentaire convaincant
TARIF	<p>1200 € HT / personne pour 2 jours Tarifs réduits à partir de 3 participants (sur devis).</p>
INTERVENANT·E·S	<p>Isabelle Baury – Formatrice experte en commerce et vente 27 ans d'expérience terrain – Consultante formatrice certifiée Intervention sur le terrain, au plus près des réalités du commerce</p>
MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS	<p>Condition d'inscription : devis ou convention signée Contact : isabelle.baury@passerellesformation.fr ou 07 89 53 38 35 Délais d'accès : sous 2 à 4 semaines après validation du devis ou de la convention Calendrier de formation : à définir ensemble selon les disponibilités de l'entreprise Accessibilité : adaptation possible pour toute personne en situation de handicap</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ● Jour 2 : Conclure la vente efficacement et sécuriser l'engagement du client <ul style="list-style-type: none"> ● Conclure la vente avec sérénité <ul style="list-style-type: none"> ○ Repérer les signaux d'achat ○ Utiliser les techniques de conclusion (clôture, règle des 4R) pour conclure efficacement ○ Obtenir et sécuriser l'engagement du client ● Gérer les motivations et les freins à l'achat <ul style="list-style-type: none"> ○ Repérer les 3 grandes motivations d'achat clients ○ Décrypter les freins à l'achat pour mieux les lever ○ Appliquer concrètement la méthode SON-CAS-E ● S'adapter à chaque profil de client <ul style="list-style-type: none"> ○ Identifier les profils clients avec le modèle DISC ○ Adapter sa posture et sa communication selon le profil ○ Pratiquer des interactions souples et personnalisées ● Augmenter ses ventes et fidéliser durablement ses clients <ul style="list-style-type: none"> ○ Proposer un complément de vente sans forcer ○ Gérer le bon timing et éviter l'effet « insistence » ○ Utiliser des techniques de fidélisation simples (en magasin ou en ligne) <h4>MODALITÉS PÉDAGOGIQUES</h4> <p>Méthode active et participative, 100 % orientée terrain Études de cas, partages d'expériences, travaux pratiques Supports fournis et plan d'action personnalisé</p> <h4>MOYENS PÉDAGOGIQUES</h4> <p>Outils simples et visuels, adaptés au terrain Supports papier ou numériques Cas concrets personnalisés au secteur du participant</p>

Mise à jour du : 02/09/2025

POSITIONNEMENT ET MODALITE D'EVALUATION

La progression et les acquis des participants sont évalués à plusieurs moments clés :

- Avant la formation : un questionnaire de positionnement permet d'identifier les attentes et le niveau de départ.
- Pendant la formation : évaluations formatives par des mises en situation pratiques, des exercices concrets et des échanges personnalisés.
- Après la formation : validation des acquis via un bilan final, incluant la présentation d'un plan d'action personnalisé élaboré par le participant.

ACCESSIBILITÉ/PERSONNE EN SITUATION DE HANDICAP

Adaptation possible pour les personnes en situation de handicap. Contact : isabelle.baury@passerellesformation.fr

La certification Qualiopi a été délivrée à CAP Services pour les catégories « Actions de formation » et « Bilans de compétences »