

# VENDRE EN CRÉANT UNE EXPÉRIENCE CLIENT



2 jours (14 heures)



Présentiel en salle

## PROGRAMME



### 1- Fondamentaux de la Fidélisation et de l'Expérience Client

- Expliquer les enjeux de la **Fidélisation** et de l'**Expérience Client**
- Situer **son rôle de Conseiller de Vente** face à ces enjeux

Partage d'expérience sur le vécu de Client.e de chacun

### 2- Méthode CCPC

- Lister les **4 étapes de la Méthode CCPC**

Mise en situation : « La Vente idéale »

### 3- 1<sup>o</sup> étape de la méthode CCPC

- Expliquer l'importance de la **prise de contact**
- Créer un **climat de confiance** avec le.a Client.e

Mise en situation et Trainings Coachés de la 1<sup>o</sup> étape

### 4- 2<sup>o</sup> étape de la méthode CCPC

- Appliquer les **techniques de questionnement** pour identifier les besoins des Clients.es
- Identifier les **motivations d'achat** des Clients.es
- **Renforcer le lien de confiance** avec le.a Client.e

Mise en situation et Trainings Coachés des 1<sup>o</sup> et 2<sup>o</sup> étapes

### 5- 3<sup>o</sup> étape de la méthode CCPC

- Construire une **proposition adaptée** aux besoins et motivations d'achat des Clients.es
- Formuler une **solution complète** visant à satisfaire et fidéliser le.a Client.e

Mise en situation et Trainings Coachés des 1<sup>o</sup>, 2<sup>o</sup> et 3<sup>o</sup> étapes

### 6- 4<sup>o</sup> étape de la méthode CCPC

- **Consolider la relation** de confiance établie avec le.a Client.e
- Finir l'interaction par une **expérience exceptionnelle**

Mise en situation et Trainings Coachés des 1<sup>o</sup>, 2<sup>o</sup>, 3<sup>o</sup> et 4<sup>o</sup> étapes

## OBJECTIFS DE LA FORMATION



- S'adapter aux **nouvelles attentes des clients** en termes d'Expérience d'achat

- Acquérir et/ou développer des **techniques et outils de vente**

- Maîtriser les **étapes d'une interaction de vente** pour offrir une expérience client unique

## INTERVENANTS



**Vincent Bourdin** forme et accompagne les équipes de vente afin d'améliorer aussi bien la qualité que la performance de leurs ventes. Orienté sur l'humain, il prône la construction d'un lien de confiance entre le client et son conseiller, lien qui amène à la fidélisation.

## PUBLIC



Tout professionnel dont la mission est de vendre un produit ou un service.

## PRÉREQUIS



Préparer 2 à 3 situations de vente qui ont pu le challenger. Ces exemples pourront faire l'objet de mises en situation.

## TARIF INTER



990€ HT par personne (en présentiel – 4 personnes minimum inscrites)

## TARIF INTRA

nous consulter.

Financement OPCO possible

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES ET D'ÉVALUATION ★★★

Nous favorisons l'**expérimentation**, la **pratique**, sur la base d'apports complémentaires ou supplémentaires aux connaissances du groupe.

- Apports théoriques et méthodologiques
- Capitalisation sur les meilleures pratiques
- Jeux de rôles, Mises en situation, et Échanges
- Remise d'un support pédagogique
- Quiz des compétences en amont et en aval de la formation
- Évaluation lors des activités
- Évaluation à chaud : Questionnaire de satisfaction en fin de formation
- Évaluation à froid : Questionnaire à 3 mois de la formation (en Option)

## ACCESSIBILITÉ



Nous portons une attention particulière à ce que nos formations puissent être accessibles aux personnes en situation de handicap. Nous restons à votre écoute pour étudier toute demande et adapter notre pédagogie.