

Augmenter ses ventes en magasin

Objectifs pédagogiques

- ✓ Savoir créer le contact, écouter réellement et découvrir les besoins du client
- ✓ Transformer ses besoins en argument de Vente,
- ✓ Conseiller et saisir les opportunités de vente additionnelle

Programme

JOURNEE 1 :

Les outils du vendeur

Rappel des techniques de vente : La vente et la négociation

Diagnostic de son produit dans le circuit de vente de magasin : Analyse à travers les « 4P »

- PRESENCE/PLACEMENT/PROMOTION/PRIX

- Mise en place d'une grille simple d'analyse adaptée aux exigences du réseau Hyper-Supermarché

JOURNEE 2 :

Définition des leviers de développement spécifiques au supermarché à travers les TECHNIQUES DE VENTE EN RENDEZ-VOUS CLIENT

- Le prix de vente en magasin : exigences de la libre concurrence

- Le bon placement en rayon : le merchandising du rayon GMS, pour avoir la meilleure performance de vente

- La bonne promotion : faire découvrir aux consommateurs et un accélérateur de rotation dans les rayons hyper-supermarchés

La force de vente en GMS : une expertise spécifique

- Priorisation de la clientèle en centrale d'achat et magasin, les 20/80

- Les points clefs d'une bonne argumentation en centrale régionale et nationale

- La Vente et ses techniques pour le Vendeur en magasin GMS (et le traitement de l'objection)

- Les outils et arguments selon la METHODE SIMAC pour convaincre le chef de rayon

JOURNEE 3 :

Pilotage et orientation des commerciaux terrain

Les outils simples de suivi d'animation, Management et coaching

Mesure des chiffres pour un développement de ses ventes réussi en GMS

Les chiffres d'un développement de ventes réussi pour l'entreprise et pour les attentes de la grande distribution.

Des leviers pour faciliter la NEGOCIATION en centrale d'achat régionale, nationale

Etude de cas concrets en groupe

Méthodes pédagogiques

Animation par un spécialiste en négociation auprès de la GMS Régionale et nationale, ainsi qu'en développement commercial auprès de TPE/PME agroalimentaires

- Etude de cas et sketches autour d'exemple de produits alimentaires existant sur un marché représentatif

Public visé et pré-requis

Toute personne en charge de la fonction commerciale avec la grande distribution dans les TPE/PME Agroalimentaires

Aucun prérequis spécifique

Support

Un support de formation est remis à l'ensemble des participants.

Durée date et lieu

Durée	3 jours
Lieu	Occitanie

Coût de la formation

Tarif adhérent	1029,00 € HT (soit 1234,80 TTC)/pers
Tarif non adhérent	1440,00 € HT (soit 1728,00 € TTC)/pers

Intervenant

Bernard CHAUDERON : ancien Directeur Commercial dans des entreprises agroalimentaires et expérience pendant 20 ans : commercial terrain, développement des ventes, manager de force de vente, Négociation

Intervenant auprès de TPE et PME agroalimentaires du Sud de la France.

Vous êtes intéressé(e) par cette formation, merci de contacter Céline GOURRE –
celine.gourre@lria.fr – 04.67.04.30.18
N° d'organisme de formation : 91 34 0591434