

# Techniques de Vente : Viser l'excellence en Communication et Négociation

## **Objectifs de la formation :**

- Maîtriser les techniques d'accueil client pour créer une première impression positive.
- Développer l'écoute active pour comprendre les besoins et les motivations des clients.
- Acquérir des compétences de persuasion pour influencer positivement les décisions d'achat.
- Apprendre à gérer efficacement les objections des clients.
- Améliorer les compétences de conclusion des ventes, y compris le suivi et le rappel.
- Renforcer les capacités en communication et les compétences de négociation à travers des simulations de ventes pratiques.

## **Contenu de la formation :**

### **1/ Accueil client :**

- Importance de la première impression
- Techniques d'accueil chaleureux et professionnel
- Création d'un environnement accueillant
- Gestion des situations difficiles lors de l'accueil

### **2/ Écoute active :**

- Comprendre les principes de l'écoute active
- Techniques pour écouter activement et attentivement
- Poser des questions ouvertes pour approfondir la compréhension des besoins des clients
- Utiliser des techniques de reformulation pour clarifier les attentes

### **3/ Persuasion :**

- Principes de persuasion en vente
- Identification des points forts des produits ou services
- Argumentation persuasive basée sur les avantages pour le client
- Utilisation de preuves pour renforcer la persuasion

### **4/ Gestion des objections :**

- Comprendre les différents types d'objections
- Techniques pour anticiper et gérer les objections courantes
- Réfutation des objections avec des arguments convaincants
- Conversion des objections en opportunités de vente

## **5/ Conclusion des ventes :**

- Techniques de clôture des ventes efficaces
- Répondre aux questions finales et gérer les dernières objections
- S'assurer de la satisfaction du client après la conclusion de la vente

## **6/ Simulation de ventes :**

- Mise en pratique des compétences de communication et de négociation à travers des simulation de ventes.
- Feedback et évaluation des performances pour identifier les points forts et les domaines d'amélioration

# ***Viser l'excellence en Communication et Négociation /***

*Fiche formateur.*

## **1- L'accueil client :**

L'accueil client est la première étape cruciale dans le processus de vente. C'est à ce moment-là que vous créez la première impression qui durera tout au long de l'interaction avec le client.

Voici quelques points clés à considérer pour un accueil client réussi :

### **Importance de la première impression :**

La première impression compte énormément, **elle peut déterminer si un client potentiel sera ouvert et réceptif à vos propositions.**

Une première impression positive établit une base solide pour une relation de confiance avec le client, **il est important de comprendre que les clients se forment rapidement une opinion sur STOOM en fonction de leur première expérience avec vous.**

### **Techniques d'accueil chaleureux et professionnel :**

Un accueil chaleureux et professionnel peut faire une énorme différence dans l'expérience du client. Pour un accueil réussi quelques « ingrédients » sont nécessaires :

#### **- Sourire et dynamisme :**

Un sourire sincère crée immédiatement une atmosphère accueillante et amicale. Montrez votre enthousiasme à servir le client dès leur arrivée.

L'utilisation du téléphone pendant les moments "creux" peut sembler tentante, mais laissez-moi vous expliquer pourquoi il est préférable de s'en abstenir, surtout lorsque vous attendez des clients.

Lorsque nous nous plongeons dans notre téléphone, **nous sommes mentalement ailleurs**, notre attention est détournée, ce qui signifie que nous risquons de ne pas être à notre meilleur pour accueillir les clients de manière optimale.

Imaginez un client entrant dans notre boutique avec une question ou un besoin, et vous êtes trop occupés à échanger sur Snapchat ou autre, **ça ne fait pas très professionnel**, n'est-ce pas ?

En utilisant vos téléphones pendant les heures de travail, **nous envoyons un message aux clients que nous ne sommes pas totalement disponibles pour les aider**, cela peut créer une impression d'indifférence ou de désintérêt, **ce qui n'est pas du tout ce que nous souhaitons transmettre.**

**Laisser tomber le téléphone pendant les heures de travail est le moyen idéal de s'assurer que vous ne manquerez aucune occasion de faire une bonne impression.** Qui sait, peut-être que le client qui entre pendant votre moment "téléphone" est celui qui vous aurait acheté une montagne de produits !

- **Salutation personnalisée :**

Utilisez le nom du client si possible et saluez-le de manière professionnelle et courtoise ? Un simple "Bonjour, comment allez-vous aujourd'hui ?" **peut faire des merveilles pour établir une connexion positive.**

- **Communication verbale et non verbale :**

Soyez attentif à votre langage corporel, à votre posture et à votre ton de voix, adoptez une attitude ouverte et attentive, écoutez activement et faites preuve d'empathie\*

*\*(L'empathie dans le secteur de la vente, signifie la capacité de comprendre et de se mettre à la place des clients, de ressentir leurs émotions et de répondre à leurs besoins de manière sensible et attentionnée. Ce qui implique d'être attentif à leurs préoccupations, de les écouter activement, de reconnaître leurs sentiments et de fournir des solutions adaptées pour les aider).*

- **Professionalisme :**

Soyez bien habillé, soigné et poli et bienveillant, montrez votre expertise et votre connaissance des produits ou services que vous proposez (attention d'utiliser des termes simples que le client peut comprendre, la personne en face de vous n'est pas un « expert » de la cigarette électronique).

**Création d'un environnement accueillant :**

Lorsque les clients entrent dans votre boutique ou votre espace de vente, assurez-vous de créer un environnement qui les met à l'aise et les encourage à explorer nos produits :

- **Propreté et ordre :**

Maintenez un environnement propre et bien rangé, un magasin propre et ordonné témoigne de l'attention que vous portez à nos clients.

- **Ambiance du magasin :**

Utilisez des éléments de décoration appropriés pour renforcer l'atmosphère que vous souhaitez instaurer, maintenir en état vendeur et attractif les vitrines du magasin, veillez à changer régulièrement de place les produits en vitrine afin de ne pas créer un phénomène de « déjà-vu » ou de lassitude auprès de nos clients (nous verrons ensemble des techniques de merchandising efficaces).

- **Disponibilité :**

Assurez-vous d'être disponible pour aider les clients dès leur arrivée. Ne les laissez pas attendre sans assistance. Soyez prêt à répondre à leurs questions et à les guider dans leur parcours d'achat.

Si vous êtes seul en boutique et que plusieurs personnes se présentent en même temps, ne paniquez pas ! Soyez souriant et montrer que vous avez bien vu la personne et que vous tenez compte de sa présence « Bonjour ! Je finis avec madame / monsieur et je suis à vous ! » de cette manière vous captez le client et il ne sera pas tenté de faire demi-tour et de partir sans ses produits.

Vous pouvez également faire interagir les clients entre eux, un client convaincu qui soutien vos argument dans une vente sera d'une grande aide pour finir de rassurer et convaincre !

**Gestion des situations difficiles lors de l'accueil :**

- **Restez calme et professionnel :**

Gardez votre calme et faites preuve de professionnalisme, peu importe à quel point la situation peut sembler difficile, maintenir une attitude calme et maîtrisée aidera à apaiser les tensions et à montrer aux clients que vous êtes prêt à les aider.

- **Écoutez attentivement :**

Accordez une écoute active au client en lui permettant d'exprimer ses préoccupations ou ses plaintes, laissez-le parler sans l'interrompre, montrez de l'empathie et assurez-vous de bien comprendre la situation.

- **Faites preuve d'empathie :**

Mettez-vous à la place du client et montrez-lui que vous comprenez sa frustration ou son mécontentement (Exprimez de l'empathie en utilisant des phrases telles que "Je comprends votre frustration" ou "Je suis désolé que vous ayez vécu cette situation.").

- **Restez ouvert à la résolution du problème :**

**Ne prenez pas les critiques personnellement**, mais plutôt comme une **opportunité d'amélioration**.

Restez ouvert à trouver une solution pour satisfaire le client et posez des questions pour clarifier la situation et proposez des alternatives ou des solutions pour résoudre le problème.

- **Offrez des solutions appropriées :**

**Identifiez les options possibles pour résoudre la situation** et proposez celles qui correspondent le mieux aux besoins du client, soyez flexible et prêt à trouver un terrain d'entente qui satisfasse à la fois le client et notre entreprise.

- **Impliquez votre supérieur ou responsable si nécessaire :**

**Si la situation dépasse votre autorité ou vos compétences** (et uniquement dans ce cas), n'hésitez pas à impliquer votre supérieur ou responsable pour obtenir une assistance supplémentaire.

Faites-le de manière discrète et professionnelle, en expliquant la situation et en demandant des conseils ou des directives.

- **Faites un suivi :**

Une fois que la situation a été résolue, assurez-vous de faire un suivi avec le client pour vérifier s'il est satisfait de la solution proposée, cette étape montre votre engagement à résoudre les problèmes et à maintenir une bonne relation avec le client.

## **2- L'écoute active : « L'art de faire du business avec vos deux oreilles ! ».**

L'écoute active est une compétence essentielle dans le domaine du commerce, elle consiste à être pleinement présent et à accorder une attention totale au client pour comprendre ses besoins, ses préoccupations et ses attentes, mais comment met -on en pratique l'écoute active :

- **Comprendre les principes de l'écoute active :**

L'écoute active repose sur l'idée de véritablement comprendre le client et de créer un environnement favorable à la communication, ce qui veut dire être concentré sur le client, suspendre les jugements, éviter les interruptions et donner une rétroaction\* positive pour montrer que vous écoutez attentivement. (\*Donner une action en retour).

### **Techniques pour écouter activement et attentivement :**

1/ Faites preuve d'une posture ouverte et de langage corporel accueillant pour montrer votre disponibilité et votre intérêt.

2/ Maintenez un contact visuel avec le client pour lui montrer qu'il a toute votre attention.

**3/ Évitez les distractions, comme les téléphones portables ou les interruptions, qui pourraient détourner votre attention du client.**

4/ Écoutez activement sans interrompre le client, en lui laissant suffisamment de temps pour s'exprimer et exprimer ses besoins.

5/ **Poser des questions ouvertes** pour approfondir la compréhension des besoins des clients (les questions ouvertes sont un outil puissant pour encourager les clients à s'exprimer davantage et à partager des informations importantes, poser des questions qui nécessitent une réponse détaillée plutôt que des réponses courtes permet d'obtenir des informations précieuses sur leurs besoins, leurs préférences et leurs attentes).

5/ Utiliser des techniques de **reformulation pour clarifier les attentes** :

La reformulation consiste à répéter ou à résumer ce que le client a dit pour vérifier si vous avez bien compris ses propos ce qui permet de clarifier les attentes du client et de s'assurer que vous êtes sur la même longueur d'onde. Vous pouvez reformuler en utilisant des phrases telles que "Si je comprends bien, vous recherchez..." ou "D'après ce que vous avez dit, vous attendez..."

L'écoute active montre au client que vous vous souciez de lui, que vous comprenez ses besoins et que vous êtes prêt à le servir de manière optimale et appropriée.

**En utilisant ces techniques d'écoute active, vous serez en mesure de mieux comprendre les besoins et les attentes des clients, ce qui vous permettra de proposer des solutions adaptées et d'établir une relation de confiance.**

## **3- La persuasion : « Persuasion en Action : Élevez vos Ventes au Niveau Supérieur ! »**

La persuasion est une compétence essentielle dans le domaine de la vente, elle consiste à influencer positivement les décisions d'achat des clients en mettant en valeur les avantages et les points forts des produits ou services que nous proposons.

### **Principes de persuasion en vente :**

La persuasion en vente repose sur l'utilisation de techniques et de principes psychologiques pour convaincre les clients d'opter pour nos produits ou services cela implique de **comprendre les**

**motivations d'achat des clients, d'établir une relation de confiance et d'utiliser des stratégies efficaces pour influencer leurs décisions.**

**Identification des points forts des produits ou services :**

Pour persuader les clients, **il est important de connaître en détail les points forts et les caractéristiques distinctives de nos produits ou services.**

**Identifiez les éléments qui nous rendent unique, innovant ou avantageux par rapport à la concurrence** ainsi vous pourrez mettre en avant ces atouts de manière persuasive lors de vos interactions avec les clients.

**Argumentation persuasive basée sur les avantages pour le client :**

La clé de la persuasion réside dans la capacité à montrer aux clients comment notre produit ou service répond spécifiquement à leurs besoins et résout leurs problèmes.

Il faudra donc mettre l'accent sur les avantages concrets que le client peut en retirer.

Par exemple vous pouvez expliquer comment notre offre peut améliorer leur vie, résoudre un défi etc.... Faites preuve d'empathie et **reliez les caractéristiques du produit aux bénéfices qu'ils apportent au client.**

**Utilisation de preuves pour renforcer la persuasion :**

Pour **augmenter la crédibilité** de votre argumentation persuasive, utilisez des preuves tangibles telles que des témoignages de clients satisfaits, ou même votre expérience personnelle avec la cigarette électronique, ces éléments fourniront une validation externe et renforceront la confiance du client dans notre produit ou service.

**Utilisez également des exemples concrets et des démonstrations pour rendre votre argumentation plus tangible et convaincante.**

**La persuasion efficace en vente nécessite une combinaison de connaissances, de communication persuasive et de compréhension des besoins du client.**

En utilisant ces principes de persuasion, vous serez en mesure d'influencer positivement les décisions d'achat des clients en mettant en avant les avantages et les points forts de nos produits ou services.

**ATTENTION :** Rappelez-vous toujours d'adapter votre argumentation en fonction des besoins spécifiques de chaque client et **d'établir une relation de confiance basée sur une communication honnête et transparente.**



## **4/ Gestion des objections : "Objections VS Ventes : L'art de transformer les doutes en réussite !"**

La gestion des objections est une compétence essentielle pour les vendeurs, car il est courant que les clients soulèvent des préoccupations ou expriment des doutes avant de prendre une décision d'achat, comment gérer efficacement ces objections et les transformer en opportunité de vente :

### **Comprendre les différents types d'objections :**

Il existe différents types d'objections que les clients peuvent soulever, tels que les objections financières, les objections liées aux fonctionnalités du produit, les objections basées sur la concurrence, les objections de confiance, etc.

**Comprendre ces différents types d'objections vous permettra de mieux anticiper et de préparer des réponses adaptées.**

### **Techniques pour anticiper et gérer les objections courantes :**

La meilleure façon de gérer les objections est de les anticiper et de les traiter de manière proactive, identifiez les objections courantes qui pourraient survenir et préparez des réponses appropriées.

**Cela nécessite une connaissance approfondie des produits ou services que vous proposez, ainsi que la capacité à comprendre les préoccupations des clients.**

### **Réfutation des objections avec des arguments convaincants :**

**Lorsque les objections sont soulevées, il est important de ne pas les ignorer ou de les minimiser, au contraire même, écoutez attentivement les préoccupations du client et utilisez des arguments convaincants pour contrer ces objections.**

Présentez des faits, des exemples concrets et des témoignages pour renforcer votre argumentation, soyez confiant et **préparé** pour fournir des réponses solides qui dissiperont les doutes du client.

### **Conversion des objections en opportunités de vente :**

Voyez les objections comme des opportunités de mieux comprendre les besoins du client et de le guider vers une solution adaptée, en écoutant activement, vous pourrez identifier les véritables motivations derrière les objections et adapter votre argumentation en conséquence.

Transformez les objections en occasions de montrer comment votre produit ou service répond **spécifiquement** aux préoccupations du client.

La gestion habile des objections permet de renforcer la crédibilité, de dissiper les doutes et de gagner la confiance des clients ! En comprenant les différents types d'objections, en anticipant et en préparant des réponses efficaces, vous serez en mesure de gérer les objections de manière

**professionnelle et de convertir ces situations en opportunités de vente.** Gardez à l'esprit que chaque objection est une occasion de mieux comprendre le client et de fournir une valeur ajoutée pour répondre à ses besoins.

## **Quelques exemples d'objections possibles et de réponses que vous pouvez mettre en œuvre :**

Voyons comment appliquer la gestion des objections dans notre secteur d'activité.

### **EXEMPLES CONCRETS :**

#### **Objection :**

« Je ne suis pas sûr que la cigarette électronique puisse vraiment remplacer ma cigarette... »

#### **Réponse :**

« Je **comprends** vos doutes, **beaucoup de nos clients ont ressenti la même chose au début !** Permettez-moi de vous expliquer comment la cigarette électronique peut vous aider dans votre démarche.

Dans un premier temps **rassurez-vous vous** allez **garder toutes vos habitudes de fumeur**, simplement nous allons **changer l'outil que vous avez en main !**

La cigarette électronique vous offre une alternative sans les substances nocives présentes dans les cigarettes traditionnelles, avec un liquide adapté à votre consommation **vous ne ressentirez aucun manque, rassurez-vous tout va très bien se passer**, nos clients sont **très satisfaits** de nos méthodes et **réussissent facilement à arrêter de fumer !** »

#### **Objection :**

« Les e-liquides sont-ils sûrs ? Je suis préoccupé par les ingrédients qu'ils contiennent ! »

#### **Réponse :**

« Je comprends vos inquiétudes. Chez STOOM, nous travaillons exclusivement avec la marque de liquides Flavour Power, qui est un fabricant auvergnat respectant les normes ISO FFSC 22000.

Leurs e-liquides sont produits avec des ingrédients de haute qualité et rigoureusement contrôlés, nous nous engageons à fournir à nos clients des produits sûrs et conformes aux normes en vigueur » (Vous pouvez à ce moment lister les composants du liquide et expliquer brièvement leurs utilités, cela renforcera votre image professionnelle et rassurera le client).

**Objection :**

« Les cigarettes électroniques sont-elles aussi satisfaisantes que les cigarettes traditionnelles ? »

**Réponse :**

**"Je comprends votre préoccupation** quant à la satisfaction, **de nombreux clients qui ont fait la transition vers la cigarette électronique ont trouvé qu'elle offrait une expérience satisfaisante,** voire supérieure à celle des cigarettes traditionnelles (pas d'odeur, recouvrement du goût et de l'odorat...).

La cigarette électronique permet de reproduire les sensations de fumer, comme l'inhalation de vapeur, le geste de tenir l'appareil, je vous conseille également notre gamme Origin's qui reproduit fidèlement le goût du tabac, ce liquide a même été **primé** pour cela il y a deux ans.

Je vous invite à essayer nos produits et à découvrir par vous-même la satisfaction que la cigarette électronique peut vous offrir, l'essayer c'est l'adopter ! ».

**SI VOUS RENCONTREZ D'AUTRES OBJECTIONS LORS DE VOTRE PARCOURS AVEC NOUS, NOTEZ-LES, NOUS ABORDERONS ENSEMBLE COMMENT Y REPONDRE DE MANIERE OPTIMALE !**

**- FIN DE FORMATION -**