



TECHNIQUES DE VENTE POUR UN COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE 1J

- PRÉSENTIEL -



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Acquérir les techniques essentielles pour mieux comprendre et satisfaire les attentes des clients.
- Optimiser l'expérience client en commerce alimentaire.
- Développer des compétences de communication pour augmenter les ventes.
- Fidéliser la clientèle grâce à un service personnalisé.



PUBLIC CIBLÉ

Commerçants et vendeurs travaillant dans le secteur alimentaire (boulangeries, épicerie fines, primeurs, etc.).



PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire pour participer à cette formation.



DURÉE

7 heures (1 jour)



HORAIRES DES SESSIONS

À définir



LIEU DE FORMATION

Sur site client



PRIX (HT)

À partir de 1890 € /jour



CONTENU DU PROGRAMME

1. ACCUEIL ET INTRODUCTION À LA FORMATION (30 MIN)

- Présentation des objectifs de la journée.
- Échanges sur les attentes et besoins des participants.

2. COMPRENDRE LE CLIENT DANS LE COMMERCE ALIMENTAIRE (1H)

- Identification des besoins et attentes spécifiques des clients (qualité, prix, origine des produits).
- Analyse des comportements d'achat dans le commerce alimentaire.
- Notions de segmentation client (client régulier, client occasionnel, client curieux).

Atelier pratique :

Étude de cas sur différents profils de clients et leurs attentes.

3. LES BASES DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE (1H 30)

- Techniques d'accueil et d'écoute active.
- Les mots et phrases à privilégier pour convaincre et rassurer.
- L'importance de l'attitude non verbale dans la relation client.

Atelier pratique :

Jeux de rôle sur l'accueil des clients avec des mises en situation réalistes

4. TECHNIQUES DE VENTE ADAPTÉES AU COMMERCE ALIMENTAIRE (2H)

- La méthode des 3 étapes :
 1. Découverte des besoins : poser les bonnes questions.
 2. Argumentation : valoriser les produits alimentaires (origine, qualité, fraîcheur, valeurs artisanales).
 3. Conclusion de la vente : proposer des ventes complémentaires ou incitatives.



- Gestion des objections courantes (prix, préférences clients, etc.).

Atelier pratique :

Simulations de vente avec des scénarios (proposer un produit phare ou un produit complémentaire).



5. FIDÉLISER LA CLIENTÈLE (1 H 30)

- L'importance de la relation client après-vente (remerciements, promotions ciblées).
- Techniques pour inciter au retour en magasin (carte de fidélité, offres exclusives).
- Utiliser le feedback client pour améliorer son service

Atelier pratique :

Brainstorming en groupe : comment mettre en place des actions de fidélisation simples et efficaces ?



6. BILAN DE LA JOURNÉE ET ÉVALUATION (30 MIN)

- Retours des participants sur les apprentissages de la journée.
- Évaluation des acquis avec un QCM.
- Synthèse et remise d'une attestation de participation.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Supports techniques et fiches pratiques.
- Mise à disposition de produits alimentaires pour les ateliers pratiques.
- Jeux de rôle et études de cas

MODALITÉ DE FORMATION

- Présentiel.



MODALITÉS D'ÉVALUATION DES CONNAISSANCES

- Observation continue lors des ateliers pratiques.
- QCM avant et après la formation pour évaluer la progression.

MODALITÉS D'ÉVALUATION DE L'APPRÉCIATION DES PARTICIPANTS

- Attestation de participation délivrée à la fin de la formation.
- Questionnaire de satisfaction remis en fin de session.

-> Ce programme de formation est volontairement généraliste. Un audit sera effectué par le formateur afin de fixer les dates et horaires de la formation et de construire un programme «sur mesure» adapté à vos besoins spécifiques.
Ce plan de cours «sur mesure» permettra également d'établir la liste des éventuels achats à effectuer et du matériel qui sera nécessaire au bon déroulement de la formation.

NOTE : Si vous, ou l'un(e) de vos salarié(e)s, est une personne en situation de handicap, merci de contacter notre référent handicap, Mr Rudy Cohen à l'adresse mail : referenthandicap@kalyane.com