



## Formation : Être force de vente à l'accueil

Objectifs pédagogiques opérationnels					
<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>S'approprier la fonction commerciale</b> de son métier et <b>prendre confiance</b> dans sa capacité à vendre l'offre (activités, billetterie, boutique....)</li><li>- <b>Connaître les techniques de vente</b> appliquées au tourisme</li><li>- <b>Savoir appliquer</b> ces techniques en situation d'accueil en face à face et à distance</li></ul>					
Public					
Agents d'accueil et billetterie. NB : mon approche douce de la vente est particulièrement appréciée par les réfractaires à la vente.					
Prérequis	Taille groupe	Durée	Tarif	Dates	Format
Aucun	Max 12.	14h, 2 j. consécutifs	2 500 € net de taxe	A définir	Présentiel
Programme					
ETAPE 1 : S'approprier la fonction commerciale de son métier [2h]					
<ul style="list-style-type: none"><li>- Analyse de mon <b>portefeuille produit</b> : Qu'est-ce que j'ai à vendre ? qu'est ce qui est facile ou moins facile à vendre ? plaisant ou moins plaisant ?</li><li>- La nécessité des <b>retombées économiques</b> dans sa structure</li><li>- L'importance de la vente <b>par le conseil</b></li><li>- Vendre en fonction de son <b>profil de personnalité</b></li></ul>					
ETAPE 2 : Mettre en pratique les 4D de la vente					
Partie 1 : Savoir déclencher le contact pour vendre [1,5h]					
<ul style="list-style-type: none"><li>- Les fonctions de l'<b>accueil</b> dans l'acte de vente</li><li>- <b>Attitude et comportement</b> pour bien déclencher le contact : verbal et non verbal</li><li>- L'importance des <b>5 premières secondes</b></li><li>- <b>L'aménagement de l'espace d'accueil</b> pour réussir une vente</li><li>- Comment <b>aborder les différents types de clients</b> : flâneur, chercheur, "harponné"</li></ul>					
Partie 2 : Savoir découvrir le client [3h]					
<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Observer</b> les clients pour comprendre leurs besoins explicites, implicites et latents</li><li>- <b>Ecouter</b> : l'écoute active, la clé pour réussir une vente</li><li>- <b>Questionner</b> : les différents types de questions à poser</li><li>- <b>Reformuler</b> pour enchaîner avec des propositions de produits</li><li>- Identifier les <b>motivations d'achat</b> du client : rationnelles et émotionnelles</li></ul>					
Partie 3 : Savoir démontrer les avantages du produit [3h]					
<ul style="list-style-type: none"><li>- Faire la bonne <b>sélection de produits</b></li><li>- Savoir les <b>mettre en scène et les présenter</b> au client</li><li>- <b>Argumenter</b> pour convaincre</li><li>- <b>Fiches argumentaires</b> par motivation d'achat pour une sélection de produits</li></ul>					
Partie 4 : Savoir décider le client et conclure [1,5h]					
<ul style="list-style-type: none"><li>- Les différents <b>types d'objections</b> et leur utilité</li><li>- Savoir <b>rebondir suite à une objection</b></li><li>- Déclencher un <b>achat complémentaire – vente additionnelle</b></li><li>- Savoir <b>conclure</b> une vente positivement</li></ul>					
NB : de nombreuses mises en situation en petits groupes sont prévues pendant la formation. [3h]					
Méthodes et moyens pédagogiques		Outils et supports péda.		Evaluation	
30% apports théoriques PowerPoint 30% apports théoriques issus d'une méthode participative 40% mise en application –validation des acquis		Présentiel : support de formation papier / pas besoin d'ordinateur		Tour de table introductif Echanges avec la formatrice Validation des acquis : Quizz final Satisfaction à chaud	
Références					
100% Formations Tourisme					
Formations "Vente en OT": plus de 500 stagiaires formés depuis 2013					
Clients : POT Hauts de France, Trajectoires Tourisme, FROTSI Lorraine, OT Bretagne, OT Normandie, Moselle Academy, Conseil Général des Vosges, IDT74, Office de Tourisme Riom Limagne, Office de Tourisme de Chamonix, Office de Tourisme de Megève, UDOTSI Savoie, Club des Sports Les Arcs, OT les Arcs, Office de Tourisme Haute Maurienne Vanoise, ADT Ardèche, Office de Tourisme DRAGA, Office de Tourisme Aubenas Vals Antraigues, Office de Tourisme Montpellier Méditerranée Métropole, OT Terra Volcana, OT Ventoux Provence, OT Deauville., OT Figeac...					