Booster ses KPI grâce aux étapes de la vente

Commerce - Achats - Vente

23/11/2026

Public et prérequis

Dans un environnement retail :
Toute personne en contact avec un espace de vente
Vendeurs et conseillers de vente évoluant en environnement retail
Toute personne en contact direct avec la clientèle souhaitant améliorer ses performances commerciales

Aucun prérequis nécessaire

Les objectifs

Appréhender les enjeux de vendre plus
Identifier les étapes clés du processus de vente et leurs liens avec les KPI commerciaux
Réaliser un accueil personnalisé
Découvrir son client
Rechercher les besoins du client
Proposer le bon produit à son client
Traiter efficacement les objections
Remercier son client
Déterminer les comportements utiles aux prochaines actions de vente

Les méthodes pédagogiques et d'encadrement

Etudes de cas concrets
Mises en situation
Exposés théoriques

Validation et certification

Attestation de formation

Outils pédagogiques

Questions orales ou écrites (QCM).
Documents supports de formation projetés

Contenu de la formation

Appréhender les enjeux de vendre plus

Comprendre précisément le concept de "Booster ses ventes" afin d'identifier les stratégies et les actions nécessaires pour augmenter efficacement les performances commerciales.
Appréhender le concept de KPI (Indicateur de Performance) et son influence sur la capacité à évaluer et à améliorer les performances commerciales
Consolider la compréhension de la méthode de vente en lien avec les KPI

Identifier les étapes clés du processus de vente et leurs liens avec les KPI

RÉFÉRENCE
COAV0040

CENTRES DE FORMATION
Beauvais, Soissons

DURÉE DE LA FORMATION
1 jour / 7 heures

ACCUEIL PSH
Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Moyens de compensation à étudier avec le référent handicap du centre concerné.

Les + Promeo

• 60 ans d'existence
• Une communauté de 3 100 alternautes
• 24 000 stagiaires formés par an
• 3 500 entreprises qui nous font confiance

• Un accompagnement personnalisé et un contact dédié
• L'expertise professionnelle de tous nos formateurs
• La diversité des diplômes sous accréditation par des partenaires de renom
• Une pédagogie active
• Des infrastructures technologiques et un environnement stimulant

Découvrir les 7 étapes de la vente pour développer l'expérience client
Comprendre les interrelations entre chaque étape du processus de vente et les KPI associés (panier moyen,taux de transformation, le chiffre d'affaires, l'indice de vente, le taux de satisfaction, le taux de fidélisation et le stop ratio)
Identifier les moyens pour optimiser chaque étape afin d'améliorer les résultats commerciaux globaux.

Réaliser un accueil personnalisé

Savoir créer une relation non commerciale avec un invité en établissant une atmosphère conviviale et authentique
Mettre en place un accueil différencié pour maximiser l'impact de la première impression.

Découvrir son client

Identifier les motivations d'achat du client en utilisant la méthode SONCASE afin d'adapter efficacement les arguments de vente.
Comprendre ses centres d'intérêt et créer un lien avec son client

Rechercher les besoins du client

Identifier rapidement et de manière approfondie les besoins du client en utilisant la méthode CQQCOQP et le questionnement ouvert afin de personnaliser l'approche de vente et de répondre efficacement à ses attentes.
Maîtriser l'écoute active et la reformulation comme un outil essentiel pour mieux comprendre les besoins du client

Proposer le bon produit à son client

Mettre en place une stratégie de storytelling efficace pour présenter les produits de manière captivante, afin de renforcer leur connexion émotionnelle avec les produits et stimuler les ventes.
Maîtriser la méthode CAP (Caractéristiques, Avantages, Preuves) pour présenter les produits.
Utiliser le cross-selling et l'up-selling afin d'améliorer l'expérience client en proposant des produits complémentaires, supplémentaires ou de gamme supérieure.

Traiter efficacement les objections

Découvrir les différentes méthodes pour gérer les objections des clients en les transformant en opportunités de vente
Utiliser la reformulation comme un outil efficace pour démontrer une compréhension approfondie des préoccupations du client

Remercier son client

Apprendre à remercier les clients de manière sincère et personnalisée, en adaptant les messages en fonction des préférences et du comportement d'achat de chaque client.
Utiliser les canaux de communication appropriés pour renforcer le lien émotionnel et la satisfaction client.

Déterminer les comportements utiles aux prochaines actions de vente

Questionner ses pratiques passées pour identifier les bons comportements de vente
Utiliser la méthode T.O.T.E afin de progresser continuellement dans son métier

Modalité d’évaluation

Formulaires d'évaluation de la formation
Certificat de réalisation de l'action de formation