

OBJECTIFS

- > Être en capacité d'identifier les points forts et les points d'amélioration de son point de vente.
- > Définir les actions prioritaires pour améliorer et faciliter le choix des clients.
- > Former le participant à la réalisation du diagnostic de son point de vente actuel et l'amener à identifier.
- > Les actions pour mettre en valeur de son offre.

PUBLIC

- > Chef d'entreprise, salarié, conjoint collaborateur du secteur artisanal.
Chef d'entreprise, salarié hors secteur porteur de projet.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- > Exposés et échanges interactifs, Projection de vidéos.
- > Méthode démonstrative, méthode interrogative, (brainstorming, mindmapping, méthode des post it, maquette de stand).
- > Mise en pratiques adaptées aux projets des participants.
- > Support powerpoint, vidéos, quizz, Outil Picth Elevator, Fiche Contact Prospect et fichier type prospects.
- > Tableau de bord rétroplanning de préparation. Fiche argumentaire, fiche traitement des objections. Synthèse budget.

PRÉ-REQUIS

- > Aucun.

ÉVALUATION

- > Questionnaire d'évaluation, attestation de suivi de formation et d'évaluation des acquis à l'issue de la formation.

PROGRAMME

Identifier les forces et les faiblesses du point de vente

- > Soigner l'extérieur pour vendre à l'intérieur.

Les clefs d'un agencement réussi

- > Le marketing sensoriel au service des ventes en magasin.

Comment faire venir les clients en magasin

- > Les outils de communication print-digitaux.

Comment bien accueillir les clients en magasin

- > De la vente au conseil personnalisé.

DURÉE : 14 heures - 2 jours

Informations et inscription
Contact **05 61 10 47 47**
formation@cm-toulouse.fr

CMA 31
18 bis bd Lascrosses 31000 TOULOUSE
IFCMA
55 bd de l'Embouchure 31200 TOULOUSE

