# Vente et relation client

Dix modules pour suivre une vente en face-à-face de bout en bout, de l'accueil à la réclamation, au magasin Delmas Maison. Chaque technique (SONCASE, CAB, CRAC, APAISANT) se pratique sur de vrais clients avant l'escape game.

**POUR QUI**

Organismes qui préparent les titres et CQP de la vente et de la relation client. Apprenants : vendeurs, conseillers de vente, employés en magasin, jeunes en alternance.

**RÉFÉRENTIEL COUVERT**

Titres et CQP de la vente (vendeur-conseil, conseiller relation client) : conduire un entretien de vente, découvrir le besoin, argumenter, traiter les objections, conclure, fidéliser et gérer une réclamation, en magasin et à distance.

| 10 | 4 × 15 min | 1 partie notée | SCORM 2004 |
|---|---|---|---|
| modules | par module | l'escape game final | votre LMS |

## Le parcours, module par module

### 01 Mener une vente en 7 étapes, de l'accueil à la prise de congé

**Partie 1** Les sept marches de la vente : les bases
**Partie 2** Découvrir avant de proposer : les simulations
**Partie 3** Rassurer, conclure et prendre congé
**Partie finale** L'ascension, la vente de Mme Garnier : l'escape game

*Titres et CQP de la vente (vendeur-conseil, négociateur technico-commercial) : conduire un entretien de vente structuré, de l'accueil à la conclusion.*

### 02 Comprendre les besoins du client avec la pyramide de Maslow

**Partie 1** La pyramide : les bases
**Partie 2** Ce qu'il dit, ce qu'il veut : les simulations
**Partie 3** Faire parler le besoin, sans étiquette
**Partie finale** Le décodeur de besoins : l'escape game

*Titres et CQP de la vente : identifier les besoins et les motivations du client lors de la phase de découverte.*

### 03 Décoder les motivations d'achat avec la méthode SONCASE

**Partie 1** La roue SONCASE : les bases
**Partie 2** Les mots et les attitudes qui trahissent : les simulations
**Partie 3** Adapter son discours sans caricaturer
**Partie finale** Le speed-dating commercial : l'escape game

*Titres et CQP de la vente : repérer les motivations d'achat du client pour personnaliser son argumentation.*

### 04 Questionner et reformuler : réussir la découverte client

**Partie 1** L'entonnoir de découverte : les bases
**Partie 2** Ouvrir les questions fermées : les simulations
**Partie 3** Reformuler et écouter vraiment
**Partie finale** La découverte de M. Roche : l'escape game

*Titres et CQP de la vente : mener une phase de découverte approfondie sans donner au client l'impression d'être interrogé.*

## 05 Argumenter avec la méthode CAB : du technique au bénéfice client

**Partie 1** Caractéristique, avantage, bénéfice : les bases
**Partie 2** Traduire en bénéfice et choisir la preuve : les simulations
**Partie 3** Un argument pour chaque profil : CAP-SONCAS
**Partie finale** Le constructeur d'arguments : l'escape game

*Titres et CQP de la vente : construire une argumentation personnalisée qui transforme une caractéristique technique en bénéfice pour le client.*

## 06 Traiter les objections avec la méthode CRAC

**Partie 1** La méthode CRAC : les bases
**Partie 2** Quel type d'objection, quelle technique : les simulations
**Partie 3** L'objection prix
**Partie finale** Le ring des objections : l'escape game

*Titres et CQP de la vente : traiter les objections du client avec calme et professionnalisme pour lever les freins à l'achat.*

## 07 Conclure la vente : repérer le bon moment

**Partie 1** Les signaux d'achat : les bases
**Partie 2** Six façons de conclure : les simulations
**Partie 3** Les erreurs qui font rater la vente, et après le « oui »
**Partie finale** Le bon moment avec M. Okafor : l'escape game

*Titres et CQP de la vente : repérer le moment opportun et conclure la vente sans pression.*

## 08 Vendre plus, vendre mieux : la vente additionnelle utile

**Partie 1** Quatre façons de compléter une vente : les bases
**Partie 2** Servir ou forcer : les simulations
**Partie 3** Le panier moyen et l'indice de vente
**Partie finale** Le panier juste : l'escape game

*Titres et CQP de la vente : développer le panier moyen en apportant au client une solution complète.*

## 09 Apaiser un client mécontent : méthode APAISANT et recadrage DESC

**Partie 1** La méthode APAISANT : les bases
**Partie 2** Ça apaise ou ça attise : les simulations
**Partie 3** Recadrer avec DESC et respecter les droits du client
**Partie finale** La réclamation de M. Leroy : l'escape game

*Titres et CQP de la vente et de la relation client : traiter une réclamation, préserver la relation et transformer l'insatisfaction en fidélité.*

## 10 La relation client multicanale : un client, tous les canaux

**Partie 1** Six canaux et leurs codes : les bases
**Partie 2** Répondre par écrit : les simulations
**Partie 3** Protéger les données des clients
**Partie finale** La boîte de réception : l'escape game

*Titres de la relation client, notamment Conseiller relation client à distance : adapter son discours aux canaux digitaux et soigner l'image de l'enseigne en ligne.*

## Ce que chaque module apporte

### DU FAST LEARNING

Chaque module compte quatre parties de 15 minutes jouées. Chacune se joue seule : vous les placez en une séance d'une heure, ou à quatre moments différents du parcours.

### DES SITUATIONS DE TRAVAIL

Des scènes photo à fouiller, des personnages qui parlent (voix sous-titrées, transcription), des mini-jeux, puis un escape game pour finir.

### UNE ÉVALUATION CLAIRE

Dix questions notées dans la partie finale, réussite à 80 %. Dans les parties 1 à 3, de petites questions servent à s'entraîner, sans note.

### LE SUIVI DANS VOTRE LMS

SCORM 2004 : le score et la réussite remontent à la fin, la progression et le temps passé pour chaque partie. L'apprenant reprend là où il s'était arrêté. Vous gardez la preuve du suivi à distance demandée par Qualiopi.

### LISIBLE PAR TOUS

Texte agrandi à 125 ou 150 %, contraste renforcé, police Luciole pour les personnes malvoyantes, texte aéré, animations coupées, dialogues qui défilent ou affichés d'un coup.

### À ÉCOUTER ET AU CLAVIER

Lecture à voix haute de l'écran, avec sa vitesse réglable. Navigation complète au clavier. Affichage sur téléphone.

### LE SON EN MAIN

Musique, effets sonores et voix des personnages se coupent d'un clic, et le volume de la musique se règle. Utile en salle, en open space ou pour un apprenant que le bruit gêne.

### PRÊT À DÉPOSER

Quatre fichiers .zip par module, à votre nom, avec une vidéo de mode d'emploi dans chaque module. Apprenants illimités, mises à jour comprises pendant la licence.

## Pour la vente

### LES SEPT ÉTAPES EN FIL ROUGE

Le premier module pose les sept étapes de la vente ; les neuf suivants creusent chacune d'elles.

### DES MÉTHODES NOMMÉES

SONCASE, CAB, CRAC, APAISANT, DESC : l'apprenant retient un nom et une démarche qu'il retrouvera en entreprise.

### LE MAGASIN ET L'ÉCRAN

Un module entier traite la relation client à distance : messages, avis publics et données personnelles.

## Le prix

Le pack complet, 10 modules

**3 830 € HT par an**

au lieu de ~~4 790 €~~ module par module

Un module seul, ses quatre parties comprises

**479 € HT par an**

pour le module qui vous manque

**Réserver ou demander un devis**

martinlearninglab.fr · contact@martinlearninglab.fr · Romain Martin, Martin Learning Lab, Nord et Hauts-de-France