**Annexe 2 : Grille d’analyse de la vente en magasin**

|  |
| --- |
| **Analyse d’une situation de vente en magasin** |
| Magasin :Adresse :Tél :Fax :Mail :Web :Responsable : | Date :Heure : Vendeur :Tenue du vendeur :Attitude du vendeur : |
| **Etape 1 : Accueil**  |  |
| La règle des 4x20 est-elle respectée ? | ❒ oui ❒ NonPourquoi :  |
| **Etape 2 : Recherche des besoins** |  |
| Y a-t-il suffisamment de questions  | fermées ? ❒ oui ❒ Non |
| ouvertes ? ❒ oui ❒ Non |
| alternatives ? ❒ oui ❒ Non |
| Le vendeur est-il suffisamment à l’écoute ? |  ❒ oui ❒ Non |
| Le vendeur coupe t-il la parole ? |  ❒ oui ❒ Non |
| Les besoins sont-ils reformulés ? |  ❒ oui ❒ Non |
| **Etape 3 : Présentation du produit** |  |
| La présentation du produit est-elle satisfaisante ? | TI | I | S | TS |
|  |  |  |  |
| **Etape 4 : Argumentation** |  |
| Les arguments sont-ils adaptés aux mobiles d’achat découvert ? | TI | I | S | TS |
|  |  |  |  |
| L’identification des mobiles d’achat est-elle correcte ? | ❒ oui ❒ NonPourquoi ? |
| ❒ Sécurité❒ Orgueil❒ Nouveauté❒ Confort❒ Argent❒ Sympathie |
| Les arguments sont-ils construits selon la méthode CAP ? |  ❒ oui ❒ Non |
| **Etape 5 : Réponses aux objections** |  |
| Le vendeur utilise t-il une technique de réponse aux objections ? |  ❒ oui ❒ Non |
| Si oui, qu’elle est la technique de traitement de l’objection utilisée par le vendeur ? | ❒ **Anticiper l’objection** (« vous allez me dire … »)❒ **Méthode « du oui, mais : »**❒ **Reformulation interrogative** (« je vous ai bien compris, en somme vous me posez la question suivante … »)❒ **Méthode du boomerang** (« les délais de livraison sont très longs en raison du succès de ce modèle »)❒ **Autre(s)** :❒ **Aucune** |
| L’étape de réponse aux objections vous parait elle satisfaisante ? | TI | I | S | TS |
|  |  |  |  |
| Le vendeur utilise t-il une technique de présentation du prix ? |  ❒ oui ❒ Non |
| Si oui, de qu’elle technique s’agit-il ? | ❒ **Addition** (addition des avantages)❒ **Soustraction** (perte des avantages du produit si non achats)❒ **Multiplication** (multiplication des avantages par nombre d’années d’utilisation, par ex.)❒ **Division** (diviser une différence de prix par nombre d’année d’utilisation pour la minimiser, par ex.) |
| La technique de présentation du prix est-elle appropriée |  ❒ oui ❒ Non |
| **Etape 6 : Conclusion de la vente** |  |
| Le vendeur a-t-il détecté des signaux d’achat | ❒ Verbaux : (lesquels)❒ Non verbaux : (lesquels) |
| Le vendeur a-t-il utilisé une technique de conclusion ?  |  ❒ oui ❒ Non |
| Si oui, laquelle ? | ❒ **Reformulation** (nous sommes donc d’accord sur le fait que ce produit …et que de plus… ? Et bien…)❒ **Question alternative** (Vous le prenez tout de suite ou je vous le fais livrer ?)❒ **Réflexion** (réfléchissons ensemble, ce produit permet de …)❒ **Autre(s)** : |
| Le vendeur a-t-il proposé un article ou un service complémentaire ? |  ❒ oui ❒ NonSi oui, lequel : |
| Le vendeur a-t-il proposé la carte de fidélité du magasin ? |  ❒ oui ❒ Non |
| **Etape 7 : Prise de congé** |  |
| Le vendeur a-t-il ? | ❒ Félicité le client ❒ rassuré le client❒ remercié le client❒Salué le client |
| La prise de congé vous parait :  | TI | I | S | TS |
|  |  |  |  |
| **Observations** : |