**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 ❒ Non  Pourquoi : | | | |
| **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 ❒ Non  Pourquoi ? | | | |
| ❒ 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 ❒ Non  Si 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** : | | | | |