

**INFORM'**

**PROCESS DE VENTE**

# LE PROCESS DE VENTE 1. LA PRISE DE CONTACT

---

La prise de contact, voici le process :

Bonjour, bienvenue au club, que puis je faire pour vous aider ?

Comment vous nous avez connu ?

Vous habitez ou travaillez dans le quartier ?

Avez-vous déjà fréquenté un club de remise en forme ?

Que souhaitez-vous obtenir en reprenant une activité physique ?

Venez, on va s'installer à coté on sera plus tranquille pour discuter

On s'installe dans un endroit tranquille

# LE PROCESS DE VENTE 2. L'ETUDE DU BESOIN

---

## 2. L'étude du besoin: Process explication du déroulement

EXPLIQUEZ LE DEROULEMENT :

Tout d'abord, je vais vous expliquer comment nous avons l'habitude de travailler.

Je vais vous présenter nos activités, je répondrais à vos questions, et je vais vous faire visiter le club, je vous donnerai aussi les tarifs.

Cela vous convient ?

## LE PROCESS DE VENTE 2. L'ETUDE DU BESOIN

---

Présentez l'histoire sportive :

Afin de vous présenter les activités qui peuvent vous convenir et cerner vos besoins, j'aurai moi-même besoin que vous remplissiez l'histoire sportive.

Bien sûr cela ne vous engage à rien.

Voici notre histoire sportive (*proposez un café, un thé de l'eau...*)

# LE PROCESS DE VENTE 2. L'ETUDE DU BESOIN

---

## 1<sup>er</sup> A : Amplifier le complexe par un jeu de 7 questions :

Comment est votre condition physique ?

A quoi le percevez-vous ?

Depuis combien de temps êtes-vous dans cette situation ?

Pourquoi êtes-vous venu aujourd'hui, quel a été le déclic ?

Quels sont vos différents objectifs ?

Quelle est votre priorité n°1 aujourd'hui ?

Finir en reformulant la première partie = Donc si j'ai bien compris par rapport à tout ce que vous m'avez dit, j'ai le sentiment que vous avez décidé de vous reprendre en main !

## 2<sup>eme</sup> A : Augmenter les opportunités de faire du sport :

Connaître l'emploi du temps du prospect

Proposer d'autres créneaux au client en utilisation le cadre du « comme si +- éventuellement »

Cocher des cases supplémentaires

## 3<sup>eme</sup> A : Augmenter les opportunités de faire du sport :

- Anticiper les objections du mari

- Qui vous encourage dans votre entourage ?

- Que vous a t-on dit pour vous encourager ?

- Si les activités et les prix vous conviennent serez-vous prêt à commencer demain ou la semaine prochaine ?

# LE PROCESS DE VENTE 3. PRESENTATION DU PRODUIT

---

- Préconiser les activités en fonction de l'emploi du temps
- Préconiser 3 activités en moyenne
- Donner 3 bénéfices par activité
- Programmer l'entraînement (surligner sur le planning les programmes qui conviennent)
- Faire valider le client
- Visite du club (facultative)

# LE PROCESS DE VENTE 3. PRESENTATION DU PRODUIT

---

## Exemple du body-pump:

J'ai pensé au programme Body Pump

Qu'est-ce que c'est ? Et qu'est-ce que cela va vous apporter ?

Cela va vous permettre d'affiner jambes, fesses et cuisses et d'avoir un ventre plat.

Cela vous permettra de brûler entre 600 et 700 calories.

## Exemple du RPM:

J'ai pensé au programme RPM

Qu'est-ce que c'est ? Et qu'est-ce que cela va vous apporter ?

C'est le meilleur programme au monde pour vous aider à affiner, tonifier et sculpter votre corps, cela vous permettra de brûler entre 600 et 700 calories et améliorer votre condition physique.

## Exemple du body-Attack:

J'ai pensé au programme Body-Attack

Qu'est-ce que c'est ? Et qu'est-ce que cela va vous apporter ?

C'est le meilleur programme pour vous aider à améliorer votre condition physique, cela vous aidera à perdre du poids, à affiner votre silhouette et à avoir le ventre plat. Vous allez brûler entre 700 et 800 calories.

# LE PROCESS DE VENTE 3. PRESENTATION DU PRODUIT

---

## SYNTHÈSE :

Voici les activités auxquelles je pense pour vous :

1. Body Pump: 3 bénéfices
2. Body Attack: 3 bénéfices
3. Avez vous des questions ? Cela vous plaît ?
4. Maintenant je vais vous montrer comme c'est facile de démarrer !



# LE PROCESS DE VENTE 4. PRÉSENTATION DES PRIX

---

## Process Présentation des prix

Au démarrage, vous avez des frais d'adhésion que vous payez uniquement au démarrage après on en parle plus.

Ensuite, nous avons 2 formules :

La première formule c'est la formule liberté, c'est une formule sans engagement à 59€/mois

Et l'autre c'est la formule fidélité, c'est une formule sur 12 mois qui est 49 euros par mois.

« Entourez la formule que vous avez choisi pour le client c'est à dire la formule fidélité »

Par rapport à tout ce que vous m'avez dit

Je pense que c'est la formule fidélité qui vous conviendra le mieux !

Vous souhaitez que l'on parte sur quelle formule ?

Ok, alors Bienvenue chez nous !!

# LE PROCESS DE VENTE 5. TRAITEMENT DES OBJECTIONS

---

Traitement des objections et Conclusion :

Si le client hésite :

Revenir sur 2 points positifs

Valider avec lui ces points positifs

Proposer l'opportunité d'achat un chèque de cadeau de 50 euros.

DEMANDER DE VALIDER L'OPPORTUNITÉ

Rassure-moi, tu es toujours motivé..

Tu veux toujours commencer rapidement ..

Alors j'ai une bonne nouvelle pour toi

Pour toutes les personnes qui sont motivées comme toi et qui souhaitent commencer rapidement nous leur offrons un chèque cadeau d'une valeur de 50 euros

Regarde  $147 - 50 = 97$

Ça te fait plaisir !!?

Bienvenue, BRAVO, FÉLICITATION !!!!!

# LE PROCESS DE VENTE 5. TRAITEMENT DES OBJECTIONS

---

Liste des objections possibles en fin de vente :

Question quand on rentre une objection :

- De quoi avez-vous besoin pour démarrer ?
- Comment je peux vous aider à démarrer chez nous ?
- Qu'est-ce qui te manque pour démarrer ?

J'ai besoin de réfléchir ? = manque de motivation

1. Vous devez réfléchir à quoi ?
2. Si je vous trouve une solution pour cela seriez-vous prêt à démarrer chez nous?
3. Comment tu veux que l'on fasse pour démarrer chez nous ?

C'est un peu cher pour mon budget ? = manque de motivation

- Revenir sur les motivations du client, les raisons pour lesquelles il veut s'inscrire

Comment se comporter face à des objections :

1. Accepter l'objection
2. Si je trouve une solution pour « traiter l'objection » serais-tu prêt à démarrer?
3. Si il hésite encore = Comment souhaites-tu que l'on fasse pour que tu puisses démarrer chez nous?

## 2. Gestion des mails et appels

---

### 1 er cas : Vous n'avez pas de téléphone dans le mail : Réponse du mail :

Bonjour « prénom », Je vous remercie de l'attention que vous portez à notre club, je serai ravi de répondre à toutes vos questions. Pour cela, je vous propose de nous transmettre vos coordonnées et vos disponibilités afin de convenir ensemble d'un rendez-vous téléphonique avec l'un de nos conseillers. Celui-ci vous présentera nos activités, vous fera visiter le club, répondra à toutes vos questions et bien sûr vous présentera nos formules d'abonnement. Sportivement.

### 2 eme cas : Vous avez le téléphone et la personne décroche

« Bonjour « Prénom », Je suis Yan votre conseiller du club de remise en forme D'Aqualoft de Reuil Malmaison Bonjour Vous nous avez contacté afin d'avoir des renseignements sur nos activités et nos tarifs Oui Bien sûr... Vous nous avez connu comment ? Vous habitez ou travaillez dans le quartier ? Avez déjà fréquenté un club de remise en forme ? Que souhaitez -vous obtenir en faisant du sport régulièrement ? Je vous propose que l'on prenne un rdv afin de vous présenter nos activités et de répondre pleinement à vos attentes. Vous êtes disponible plutôt en journée ou en soirée ? Vous préférez plutôt le mardi ou le jeudi ? Vous préférez 18h ou 19H ? ok je vous confirme notre rdv du jeudi à 18H avec Yan, Savez où nous sommes situés ? Je vous remercie à jeudi « prénom ».

## 2. Gestion des mails et appels

---

### 3 eme cas : Vous avez le numéro mais vous tombez sur le répondeur

« Bonjour « prénom », Je suis Yan votre conseiller du club de remise en forme D'Aqualoft de Reuil Malmaison. Vous nous avez contacté afin d'avoir des renseignements sur nos activités et nos tarifs, je reste disponible pour vous présenter nos activités et répondre à vos questions vous pouvez me joindre au 07 07 07 07 07 Ou je me permettrai de vous rappeler ce soir après 18h. »

doc auto évaluation ?