

# La vente additionnelle

2 jours - 14 heures

Code formation : ADHCML0293



adhara.fr

## Objectifs

Maîtriser des techniques de vente afin d'augmenter son panier article et son panier moyen. Savoir élargir les besoins et les demandes client. Développer le chiffre d'affaires en accompagnant le client dans une démarche positive.

## Participants

Tout professionnel chargé de la relation commerciale en entreprise désirant développer ses techniques de vente, son portefeuille client et le volume de son chiffre d'affaires.

## Prérequis

Une première expérience commerciale permettra la bonne assimilation des concepts abordés.

## Pédagogie

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion collectives et individuelles, d'exercices, d'études de cas et de mises en situations observées. Formation / Action participative et interactive : les participants sont acteurs de leur formation notamment lors des mises en situation car ils s'appuient sur leurs connaissances, les expériences et mettront en œuvre les nouveaux outils présentés au cours de la session.

## Remarques

## Certification

## Profil de l'intervenant

Consultant-formateur expert. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assuré par nos services.

## Moyens techniques

Encadrement complet des stagiaires durant la formation. Espace d'accueil, configuration technique des salles et matériel pédagogique dédié pour les formations en centre. Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique à échéance de la formation.

## Méthodes d'évaluation des acquis

Un contact téléphonique est systématiquement établi avec le stagiaire ou la personne chargée de son inscription afin de définir le positionnement. Si besoin, un questionnaire est adressé pour valider les prérequis en correspondance et obtenir toute précision nécessaire permettant l'adaptation de l'action. Durant la formation, des exercices individuels et collectifs sont proposés pour évaluer et valider les acquis du stagiaire. La feuille d'émargement signée par demi-journée ainsi que l'évaluation des acquis sont adressées avec la facture.

## Programme

### La vente additionnelle dans la démarche globale de commercialisation

Description de la vente additionnelle

Enjeux de la vente additionnelle

Les nouveaux modes de fonctionnement nécessaires à la performance de la vente additionnelle

La préparation du face à face : l'historique client, les remontées d'informations

adhara France - Développement des compétences Informatique - Management - RH

Organisme de formation enregistré sous le n°24450269645 auprès du préfet de Région Centre Val-de-Loire

01.84.17.74.82 - contact@adhara.fr

# La vente additionnelle

2 jours - 14 heures

Code formation : ADHCML0293



adhara.fr

## Maîtriser sa communication et adapter son discours

Rappel des grands principes et les codes de la communication (gestes, voix, mots)

La connaissance de soi pour mieux communiquer

La phrase d'accueil positive

Les distances de communication

L'empathie : savoir se mettre à la place de son interlocuteur afin de mieux le comprendre

L'écoute active dans la relation commerciale

Présentation du SONCAS afin de déterminer les besoins d'ordre technique, les motivations d'achat et préparer son argumentation

## L'acte de vente

La prise de contact dans la phase d'accueil : établir un climat de confiance

Maîtriser le renseignement et le questionnement du client : savoir faire parler le client sur ses besoins avoués ou inavoués

Décoder les signes pour aller au-delà du besoin initial et saisir les opportunités

La vente additionnelle : proposer au client une consommation supplémentaire

Développer une attitude de persuasion

Créer un nouveau besoin et proposer un service complémentaire

## La fidélisation

La prise de congé : conduire le client à la décision finale, conclure avec professionnalisme et courtoisie

Créer le lien avec son client pour permettre un acte d'achat futur

La remontée d'informations sur le client trouver de nouvelles pistes de chiffre d'affaires

L'image de marque : fidéliser le client et maintenir des liens de confiance avec les clients