

BOOSTER LES VENTES ADDITIONNELLES EN HOTELLERIE-RESTAURATION

Durée	14 heures, soit 2 jours	Tarif	INTER : 720 € HT /pers INTRA : 3200 €HT /groupe
Public visé	Toute personne amenée à accueillir, conseiller ou servir une clientèle dans un établissement de restauration ou d'hôtellerie	Pré-requis	Maîtrise de la langue française Avoir suivi la formation « Accueil relation client » ou équivalent
Lieu Modalité	<input type="checkbox"/> ASFOREST <input type="checkbox"/> en entreprise <input type="checkbox"/> présentiel <input type="checkbox"/> distanciel	Dates	Voir catalogue

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, vous serez apte à identifier les leviers de performance commerciale liés à la qualité du service en hôtellerie et restauration et adopter une posture et une communication favorisant les ventes additionnelles.

Vous serez capable de repérer les moments clés du parcours client pour formuler des propositions adaptées, utiliser des techniques de communication et d'argumentation pour susciter l'envie, gérer les objections avec professionnalisme et assertivité, et valoriser la satisfaction client pour fidéliser durablement.

CONTENU DU PROGRAMME

Test de positionnement : évaluation des connaissances et compétences en amont de la formation.

1- Adopter une posture de service orientée performance (3h30 – 2 séquences)

- Identifier les fondamentaux d'un service de qualité et leur lien avec la performance commerciale
- Développer une posture professionnelle commerciale alignée avec l'image de l'établissement
- Adapter sa communication verbale et non verbale pour instaurer confiance et fluidité
- Intégrer la dimension conseil dans chaque interaction client

2- Détecter les opportunités de vente additionnelle (3h30 – 2 séquences)

- Repérer les moments clés du parcours client propices à la suggestion
- Analyser les signaux d'achat et adapter sa proposition selon le profil client
- Mobiliser sa connaissance produit pour argumenter avec justesse et enthousiasme
- Développer une attitude proactive et naturelle, sans forcer la vente

3- Argumenter et convaincre avec tact (3h30 – 2 séquences)

- Maîtriser les techniques de communication persuasive adaptées au secteur HCR
- Utiliser les outils du storytelling pour valoriser les produits et services
- Traiter les objections avec écoute et assertivité
- Transformer le refus ou l'hésitation en rebond commercial positif

4- Fidéliser par une expérience client valorisante (3h30 – 2 séquences)

- Renforcer la cohérence entre qualité de service, relation client et fidélisation
- Valoriser la satisfaction client par le suivi et la reconnaissance
- Savoir remercier, relancer ou personnaliser la relation post-service
- Construire un plan d'action individuel pour pérenniser ses ventes additionnelles

Evaluation finale : évaluation de l'acquisition de l'ensemble des connaissances et compétences du parcours.

SEQUENÇAGE

- **Séquence 1 (1h30) Posture de service et expérience client** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence débute sur une immersion dans le monde commercial en HCR, avec le formateur qui revient sur le test de positionnement et expose les enjeux de la posture de service comme levier de performance commerciale. Les participants partagent leurs expériences et identifient les comportements favorisant la confiance et la satisfaction client. Le formateur présente les piliers d'un service orienté performance : attitude, écoute, disponibilité et image professionnelle. À travers des observations croisées et des exemples concrets, les participants repèrent les écarts entre service rendu et service perçu. Le formateur évalue l'acquisition des connaissances par un questionnaire direct.
- **Séquence 2 (2h) Communication et cohérence relationnelle** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'appuie sur des mises en situation en lien avec les activités des participants. Le formateur guide les participants dans l'analyse de situations de service variées : accueil, prise de commande, suivi, encaissement. Il réalise un focus sur la cohérence entre langage verbal et non verbal, ton, regard, gestuelle, et adaptabilité. Les participants expérimentent les techniques d'expression positive, de reformulation et d'écoute active. Des fiches outils (bonnes pratiques, synthèses, procédures) sont remises pour la transposition en situation professionnelle. Une restitution collective permet d'évaluer la compréhension et l'acquisition des compétences.
- **Séquence 3 (1h30) Identifier les opportunités de vente** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments du précédent module et une séance de questions/réponses. Le formateur présente les moments clés du parcours client où la vente additionnelle se joue : commande, accompagnement, dessert, vin, café, service en chambre, check-in, demande d'information en réception, réception d'événement... Les participants, individuellement ou en sous-groupes, analysent des études de cas et repèrent les signaux d'achat et d'ouverture. Des grilles d'observation et de détection d'opportunités sont utilisées pour ancrer les réflexes de veille commerciale. Le formateur évalue l'acquisition des compétences à travers les productions des participants.
- **Séquence 4 (2h) Techniques de proposition et d'argumentation** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'articule autour d'exemples issus du terrain HCR. Le formateur présente les principes d'une proposition commerciale réussie : simplicité, cohérence et enthousiasme. Les participants s'exercent à formuler des ventes additionnelles selon le moment du service, le profil client et la nature du produit. L'accent est mis sur les techniques d'argumentation et de storytelling produit (ex : provenance, saison, alliance, rareté). Des fiches outils (argumentaire, bonnes pratiques, formulation à utiliser) sont remises. Une restitution collective et un questionnaire interactif permettent au formateur d'évaluer l'acquisition des compétences.
- **Séquence 5 (1h30) Adapter sa communication au profil client** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments du précédent module et une séance de questions/réponses. Le formateur anime un échange collectif autour de la typologie de clients : pressé, curieux, indécis, habitué, premium. Il illustre les principes de la communication adaptative et du langage d'influence. Les participants travaillent sur des cas concrets de profils clients et élaborent un argumentaire personnalisé. Les simulations peuvent être filmées et débriefées collectivement pour renforcer l'impact pédagogique. Des fiches outils (synthèses, bonnes pratiques, check-list) sont remises. Le formateur évalue les compétences via une grille d'observation.
- **Séquence 6 (2h) Gérer les objections et transformer les refus** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'appuie sur des études de cas tirées de situations fréquentes : prix, quantité, méfiance ou refus poli. Le formateur présente la méthode « écouter – reformuler – valoriser – proposer » pour transformer un refus en opportunité. Les participants rédigent et testent leurs réponses, puis s'entraînent à travers des jeux de rôle à forte intensité émotionnelle. L'accent est mis sur la maîtrise du ton, de la posture et du rythme d'échange. Le formateur évalue l'acquisition des compétences avec les productions des participants.
- **Séquence 7 (1h30) Fidélisation et reconnaissance client** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments du précédent module et une séance de questions/réponses. Le formateur anime un échange collectif autour de la notion de fidélisation et présente les leviers de fidélité émotionnelle : reconnaissance, attention personnalisée, gratitude, mémoire client. Les participants conçoivent des actions concrètes de fidélisation adaptées à leur contexte (message post-prestation, offre retour, invitation à revenir). L'accent est mis sur la cohérence entre expérience client, image de marque et continuité relationnelle. Une restitution collective et les feedbacks du formateur permettent aux participants d'évaluer leur progression et l'acquisition des compétences.
- **Séquence 8 (2h) Expérience globale et plan d'action individuel** [présentiel ou distanciel] : Le formateur guide les participants dans la reconstitution d'une expérience client complète intégrant accueil, service, proposition commerciale et fidélisation. Chaque participant construit son plan d'action personnel, fondé sur les opportunités de vente identifiées et les leviers relationnels à renforcer. Un focus est réalisé sur la transposition

concrète des acquis : coordination d'équipe, communication interne, suivi client. Une évaluation finale permet d'évaluer les éléments de la séquence et l'acquisition des compétences du parcours.

En présentiel et distanciel synchrone, des temps de pause réguliers sont aménagés entre les séquences et en fonction des activités pédagogiques. Ces temps de récupération favorisent l'assimilation des connaissances, le maintien de la concentration, la convivialité entre participants et la qualité globale des apprentissages.

METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES MOBILISES

- **Méthodes pédagogiques variées** : alternance d'approches expositive, interrogative et active favorisant l'engagement, la créativité et la mémorisation. Les participants expérimentent des modalités adaptées à différents styles d'apprentissage : apports théoriques, travaux de groupe, études de cas, jeux de rôle, ateliers pratiques, discussions dirigées, apprentissage par projet, démonstrations, brainstorming, feedback et évaluations formatives.
En distanciel, chaque séquence intègre au moins une activité pédagogique interactive (quiz, étude de cas, mise en situation, forum collaboratif) d'une durée moyenne d'environ 15 minutes, afin de garantir l'implication active des participants et la consolidation des acquis à distance.
- **Supports et ressources pédagogiques** : mise à disposition de ressources diversifiées pour créer un environnement d'apprentissage riche et stimulant : présentations, tableaux blancs, affiches, graphiques, fiches de travail, études de cas, supports imprimés et numériques, vidéos, quiz interactifs, sondages, applications web, plateformes d'apprentissage et équipements techniques adaptés (ordinateur, vidéoprojecteur, logiciels dédiés).
- **Accompagnement et assistance pédagogiques** : animation de l'ensemble des séquences par un formateur référent garantissant le suivi du groupe et l'adaptation aux besoins individuels. L'accompagnement comprend l'accueil et la mise en confiance, l'encadrement des activités, la gestion des dynamiques de groupe, les feedbacks réguliers et le suivi post-formation favorisant la transposition des acquis en situation de travail.

MODALITES TECHNIQUES ET D'ACCES

- **Modalités d'accès et d'accompagnement** : Les participants peuvent s'inscrire auprès de nos équipes dans la limite des places disponibles, jusqu'à la veille de la session. L'employeur veille à respecter les éventuels délais imposés par un financeur tiers. L'assistance technique et administrative est assurée par nos équipes avant, pendant et après la formation : conventions, convocations, règlement intérieur, accueil, suivi administratif et financier, délivrance des attestations, traitement des réclamations... Nos équipes sont joignables du lundi au vendredi de 9h à 18h au 01 42 96 09 27 ou par mail asforest@asforest.com. En cas d'indisponibilité, une réponse est apportée sous 48h ouvrés.
- **Lieux et moyens techniques mis à disposition** : Les espaces de formation ASFOREST, équipés d'écrans, tableaux, ordinateurs, accès Internet et outils numériques, offrent des conditions optimales d'apprentissage et d'échanges.
 - Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de notre politique d'accessibilité, nous invitons tout participant à nous informer en amont de toute situation de handicap ou besoin d'adaptation afin de prévoir les aménagements nécessaires, en lien avec notre référent handicap.
 - En cas de formation organisée hors du centre (en entreprise), ASFOREST s'assure en amont que les conditions matérielles et techniques sont adaptées au bon déroulement de la session. Cette vérification est réalisée en lien avec le lieu d'accueil, qui met à disposition les moyens nécessaires à la réalisation des activités prévues.
- **En distanciel, conditions techniques requises** : Chaque participant doit disposer d'un ordinateur connecté à Internet (connexion stable pour le visionnage de vidéos et l'accès à une plateforme en ligne), d'un micro et d'une caméra fonctionnels pour participer aux classes virtuelles, d'une adresse mail active, et d'une aisance suffisante dans l'utilisation des outils numériques de base (navigation web, visioconférence, téléchargement de documents).

MODALITES D'EVALUATION ET SUIVI DE L'ACTION

Evaluations pédagogiques : Partie intégrante du parcours de formation, leurs coûts sont inclus dans le tarif global.

- **Positionnement** : évaluation initiale pour identifier le niveau de maîtrise du stagiaire, ses besoins et ses attentes afin d'adapter le parcours et, le cas échéant, de proposer un accompagnement individualisé.
- **Continue** : évaluations formatives pour vérifier la compréhension, l'assimilation et la mise en œuvre progressive des compétences. Ces temps d'échanges et de feedback favorisent l'ancrage des apprentissages.
- **Finale** : évaluation sommative pour mesurer l'atteinte des objectifs pédagogiques et valider les compétences acquises. Elle peut également servir à définir, le cas échéant, un plan de consolidation post-formation.

Suivi post-formation :

- À l'issue du parcours, chaque stagiaire reçoit une attestation de fin de formation précisant la durée, les objectifs visés et leur niveau d'atteinte évalué en fin de formation. Un certificat de réalisation est transmis au financeur et à l'employeur, en justification de la réalisation effective de l'action. Un relevé de présence peut être remis sur demande, à titre d'information complémentaire sur l'assiduité des participants.
- Une enquête de satisfaction est réalisée auprès des participants (à chaud à la fin de la formation, puis à froid trois mois après) ainsi qu'auprès des employeurs. Ces retours permettent d'évaluer la satisfaction, la transférabilité des acquis en situation de travail et la contribution de la formation à la montée en compétences.