

OPTIMISER SES TECHNIQUES DE VENTES ADDITIONNELLES

Durée	14 heures, soit 2 jours	Tarif	INTER : 720 € HT /pers INTRA : 3400 € HT/groupe
Public visé	Toute personne amenée à conseiller et servir le client et à contribuer au développement des ventes	Pré-requis	Compréhension du français
Modalités	Présentiel <input checked="" type="checkbox"/> ASFOREST <input type="checkbox"/> en entreprise Distanciel <input type="checkbox"/> en ligne <input type="checkbox"/> mixte	Session	Voir catalogue Nous contacter

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de cette formation vous serez apte à maîtriser des techniques commerciales simples et efficaces destinées à augmenter votre chiffre d'affaires, créer des opportunités de vente, développer votre force de vente et optimiser les offres proposées par votre établissement, le cas échéant en sachant vous adapter aux différents contextes de sanitaires.

Vous serez capable d'optimiser les services proposés, en vous appropriant des réflexes et des comportements de véritable vendeur tenant en permanence compte de la qualité de l'accueil et du niveau de satisfaction des clients, et ainsi de saisir toutes les opportunités qui vous permettront d'accroître vos ventes.

CONTENU DU PROGRAMME

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

1- Le contexte de l'entreprise (3h30 – 2 séquences)

- Définir ce qu'est la vente additionnelle ainsi que ses enjeux
- Comprendre le but et le rôle de la vente additionnelle
- Déterminer le résultat à obtenir
- Passer d'une vente subie à une vente maîtrisée
- Connaître le rôle primordial du vendeur

2- Les différents types de ventes additionnelles (3h30 – 1 séquence)

- La vente complémentaire
- La vente d'opportunité
- La vente dite de même catégorie
- La vente dite de même acheteur

Evaluation continue à la fin de chaque séquence pour validation des modules et/ou suivi et accompagnement individualisé pour l'acquisition des connaissances ou compétences non maîtrisées.

3- La technique de vente en fonction de la clientèle (3h30 – 2 séquences)

- Déterminer le profil du client ainsi que ses attentes
- Connaître les composantes de la qualité de service
- Adapter les techniques de ventes en fonction des restrictions sanitaires

4- Les techniques à mettre en œuvre pour favoriser la vente (3h30 – 1 séquence)

- Comprendre les enjeux de la communication verbale et non verbale, a fortiori si restrictions sanitaires
- Utiliser différents canaux de communication adaptés au profil client
- Profiter de chaque occasion pour proposer une vente additionnelle

TOURISME / HOTELS / RESTAURANTS / CAFES / TRAITEURS / RETAIL

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

SEQUENÇAGE

- **Séquence 1 (1h30) Enjeux** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence débute sur une immersion dans le programme avec le formateur qui revient sur le test de positionnement et expose les enjeux des ventes additionnelles. Les stagiaires sont amenés à définir le contexte de leur entreprise et leur expérience afin d'apporter collectivement des éléments sur le rôle primordial du vendeur et l'importance de travailler sur l'augmentation du ticket moyen. Le formateur synthétise l'ensemble et expose des techniques et outils pour répondre aux trois principaux enjeux : vente maîtrisée, offre de service, accueil client. Il évalue l'acquisition des compétences grâce à un questionnement direct.
- **Séquence 2 (2h) Rôle du vendeur** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence s'organise autour de cas pratiques, réalisés individuellement ou en sous-groupes, permettant de mettre en exergue différentes techniques de ventes. Le formateur répond aux questions et alimente les réflexions en cours des participants, notamment sur la définition de la vente subie et de celle maîtrisée, et surtout comment passer de la première à la seconde. Un focus est réalisé sur les objectifs de résultats fixés qui ne peuvent s'atteindre au détriment de la qualité de service. Les corrigés permettent aux stagiaires d'évaluer leurs productions.
- **Séquence 3 (3h30) Types de ventes additionnelles** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence démarre sur la reprise des éléments des séquences précédentes, éléments retenus, questions/réponses. Le formateur propose une série de jeux de rôles, permettant aux stagiaires individuellement ou en sous-groupes de s'approprier les différents types de ventes additionnelles et de travailler leurs techniques de ventes face à différents types de clients. L'accent est porté sur la préparation à la proposition de vente et la conclusion de vente. Des outils pratiques sont transmis (propositions et techniques de ventes). Le formateur évalue l'acquisition des compétences à travers les différentes situations jouées.
- **Séquence 4 (1h30) Profils clients** [présentiel ou classe virtuelle] : Dans cette séquence, le formateur aborde les concepts de personnalisation de l'offre. A travers une série d'exercices, les stagiaires sont amenés à identifier les différents types de clients, et les évolutions. Le formateur synthétise l'ensemble en mettant en exergue les points essentiels : profils clients, qualité de service, évolution de la consommation et des attentes... Des outils pratiques sont transmis (fiches-profils, check-list...). Les corrigés permettent aux stagiaires d'évaluer leurs productions.
- **Séquence 5 (2h) Qualité de service** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence s'organise autour de mises en situation réalisées individuellement ou en sous-groupes, permettant de tirer les enseignements des situations passées de fidélisation ou de conflits client. Le formateur s'appuie sur l'expérience des stagiaires et l'intelligence collective pour répondre aux questions et alimente les réflexions, notamment sur le repérage des types de client, les attitudes à adapter, les remises en question à faire, les ajustements à proposer... Il conclut sur les composantes de la qualité de service, leur évolution et évalue l'acquisition des compétences grâce à un questionnement direct.
- **Séquence 6 (3h30) Techniques de ventes** [présentiel ou classe virtuelle] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments des séquences précédentes, éléments retenus, questions/réponses. Le formateur s'appuie sur les exercices précédents, permettant aux stagiaires individuellement ou en sous-groupes de comprendre la puissance de la communication non-verbale, ce s'approprier différents canaux de communication, et ainsi d'élaborer des procédures de création, d'anticipation et de saisie d'opportunités de vente. L'accent est porté sur la mise en place de techniques de ventes et d'un plan de communication. Une évaluation finale permet d'évaluer les éléments de la séquence et l'acquisition des compétences du parcours.

En temps synchrone, en fonction de la durée des séquences et parfois de leur enchaînement, des temps de pauses réguliers sont bien évidemment inclus : entre chaque séquence si enchaînement, et au sein d'une même séquence toutes les heures ou heures et demie suivant les activités pédagogiques. En temps asynchrone, les stagiaires peuvent se connecter à leur rythme sur une période déterminée par le planning de formation.

METHODES MOBILISEES

- Utilisation de méthodes pédagogiques expositives, interrogatives et actives (apports théoriques et pratiques, tests, mises en situation, cas pratiques, jeux de rôle, quizz...) permettant d'acquérir ou actualiser connaissances et compétences

- Supports pédagogiques : powerpoint, paperboard, cas pratiques, mises en situation, check-list, quizz...
- Accompagnement pédagogique : L'ensemble des séquences est animé par un seul formateur qui assure l'assistance pédagogique en mode synchrone (présentiel ou classe virtuelle), et en mode asynchrone par mail ou plateforme dédiée.

MODALITES TECHNIQUES ET D'ACCES

- **Assistance** : L'assistance technique et administrative en amont et au démarrage de la formation est assurée par notre équipe administrative et de coordination (convention, convocation, accueil physique et en ligne...). Elle reste également disponible à tout moment et post-formation par mail et téléphone pour assurer le suivi de l'exécution. Si l'aide n'est pas immédiate, une réponse est apportée dans les 24h ouvrées.
- **Equipement nécessaire à distance** : **Un ordinateur ou un smartphone avec caméra, micro et connexion illimitée.** Après traitement de leur inscription, les stagiaires reçoivent leur convocation avec lien vers le test de positionnement. La veille de la formation, les stagiaires reçoivent un mail avec un lien de connexion (et un tutoriel) vers leur salle de formation virtuelle. L'équipe d'assistance est présente en début de session pour accueillir et répondre aux difficultés techniques le cas échéant.
- Si la formation se déroule dans l'entreprise, l'employeur s'engage à mettre à disposition de ses salariés tous les moyens nécessaires pour suivre sa formation en ligne (bureau, ordinateur, connexion internet...)

Délai d'accès : Inscription dans la limite des places disponibles jusqu'à la veille de la formation

Accessibilité : Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. N'hésitez pas à nous faire part de toute demande d'adaptation afin que nous puissions y répondre en amont de l'entrée en formation.

MODALITES D'EVALUATION ET SUIVI DE L'ACTION

Les coûts des évaluations sont inclus dans le coût global du parcours.

- **Positionnement** : Test d'évaluation des connaissances et compétences en amont de la formation permettant le cas échéant d'ajuster le parcours de formation et de proposer un accompagnement individualisé.
- **Continue** : Test d'évaluation entre les séquences suivant progression pédagogique.
- **Finale** : Test d'évaluation des connaissances et compétences à l'issue de la formation permettant de définir le cas échéant un accompagnement individualisé.

A l'issue de la formation, le stagiaire reçoit une attestation de fin de formation et un certificat de réalisation. Un relevé de présence et une attestation de suivi et d'encadrement où figureront la durée des séquences et les dates d'évaluation pourront également être établis à l'issue de la formation. Un questionnaire d'appréciation à chaud et à froid (3 mois après la fin de la formation) sera envoyé au stagiaire.

mise à jour : 12/04/2025

