

Annexe 1 au Cadre de réponse - ACM TRANSVERSES (À fournir par module)



Intitulé du module :

Vente additionnelle

Contenu du programme

- Définition et enjeux de la vente additionnelle
- Différences entre vente additionnelle et vente forcée.
- Exemples concrets de vente additionnelle réussie.
- Les techniques d'écoute active.
- La reformulation pour clarifier les besoins.
- Identifier les signaux d'achat et les opportunités de vente additionnelle.
- Les différentes techniques de vente additionnelle : upselling, cross-selling, ventes en lot, produits complémentaires.
- Adapter la proposition de vente en fonction du type de client (client régulier, client occasionnel, client hésitant...).
- Comment présenter les produits additionnels sans être intrusif.
- Stratégies de vente additionnelle en ligne : cross-selling et upselling sur les sites web.
- Utilisation des recommandations de produits, des ventes en bundle, des promotions.
- Personnalisation de l'offre en fonction des comportements d'achat en ligne.
- Comment répondre aux objections classiques liées à la vente additionnelle (prix, nécessité, utilité...).
- Techniques de clôture adaptées à la vente additionnelle.
- Cas pratique sur l'argumentation et la conclusion de la vente.



Objectifs pédagogiques

Cerner le besoin du client pour vendre plus et développer les ventes du magasin.

Comprendre les principes de vente additionnelle en fonction du contexte (en boutique, sur le Web, via téléphone)

Apprendre à identifier les besoins du client pour proposer des produits/ Services complémentaires.

Développer des stratégies pour augmenter le panier moyen et fidéliser le client.

Public visé :

Responsable de magasin, Responsable adjoint de magasin, Chef de rayon, Vendeur, Hôtesse de caisse.

Prérequis :

Avoir une formation en technique de vente ou de l'expérience dans la vente.

Maîtrise des bases de la relation client et de la communication interpersonnelle.

Modalités pédagogiques :

Méthode pédagogique active : Mise en situation, jeux de rôle avec feedback en temps réel, études de cas de pratiques suivi d'un brainstorming des meilleures pratiques. Apport théorique en face à face. **Méthodes participatives** :

Discussions de groupe, échanges des bonnes pratiques. **Supports** : Utilisation de vidéos, PowerPoint, quiz. **Evaluations** : Grille d'auto évaluation à l'entrée en formation, QCM, analyse individuelle de mises en situations.

Emargements par demi-journée et remise d'un certificat de réalisation en fin de journée

Durée de formation en heures et en jours :
10h soit 1 journée de 6h30 et 1 demi-journée de 3h30

Organisme de formation

Contact régional :

Jérôme SELLIER

jerome.sellier@mongipfcip.fr

06 17 83 34 84