

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



Intitulé du module :

Module 2 : Vente additionnelle

Contenu du programme

LA VENTE ADDITIONNELLE, QU'EST-CE QUE C'EST ? (1h)

- Comprendre le principe de la vente additionnelle
- Étudier les enjeux de la vente additionnelle
- Découvrir les nouveaux modes de fonctionnement de la vente additionnelle
- Préparer un climat propice : l'historique client, les remontées d'informations
- Mettre en lumière les véritables freins à la vente additionnelle
- Fixer les différents objectifs de vente additionnelle

IDENTIFIER LES BESOINS DU CLIENT (1h30)

- Techniques de questionnement et d'écoute active
- Repérer les indices révélateurs d'un besoin complémentaire
- S'entraîner à cerner les attentes du client

PROPOSER DES PRODUITS COMPLÉMENTAIRES OU DE SUBSTITUTION (2H)

- Techniques pour proposer sans forcer
- Adapter son discours en fonction du client et du contexte
- Personnaliser les offres pour susciter l'envie d'achat

TECHNIQUES DE COMMUNICATION PERSUASIVE (2H)

- Adapter son langage verbal et non verbal
- Utiliser des phrases d'accroche et des mots déclencheurs
- La reformulation positive pour valoriser les produits complémentaires

GÉRER LES OBJECTIONS ET TRANSFORMER EN VENTE (2H)

- Analyser les objections les plus courantes
- Techniques pour répondre aux objections avec assurance
- Transformer une hésitation en opportunité de vente

FIDELISER LE CLIENT (1h30)

- 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 pour trouver de nouvelles pistes de chiffre d'affaires
- L'image de marque : fidéliser le client et maintenir des liens de confiance avec les clients



Objectifs pédagogiques

- Saisir l'importance de son rôle dans le développement des ventes
- Répondre efficacement aux besoins du client
- Proposer des produits complémentaires adaptés et personnalisés
- Susciter l'envie ou l'impulsion d'achat
- Développer des techniques de communication efficaces pour convaincre
- Se perfectionner dans la vente additionnelle et de substitution
- Gérer les objections et transformer les opportunités en ventes
- Maintenir une relation client de qualité

Public visé

Tout public

Prérequis

Aucun

Modalités pédagogiques

- Questionnaire pré et post formation
- Apports théoriques et pratiques
- Partage d'expériences et analyse de cas concrets
- Jeux de rôles
- Exercices pratiques et mises en situation
- Etudes de cas concrets
- Diaporama de présentation

Durée de formation en heures et en jours
10 heures, soit 1 jour et demi

Organisme de formation – contact de l'OF à renseigner mail et Tel

MGTS Conseils

05 90 80 05 39 – 05 90 53 28 44

contact@mgtsconseils.com