

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



Module – N2 'Vente additionnelle'

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

Contenu du programme :

♦ Introduction de la formation

Présentation : intervenant, programme, objectifs et déroulement de la séance / Tour de table : attentes individualisées au regard des difficultés rencontrées dans sa pratique au quotidien

1. Comprendre les besoins et attentes des clients

- Les différents profils de clients et leurs comportements d'achat
- Les motivations d'achat (rationnelles, émotionnelles, impulsives)
- Identifier les signaux d'achat et les objections possibles

2. L'écoute active et le questionnement pour détecter les attentes

- Les techniques d'écoute active et reformulation
- La méthode de questionnement (questions ouvertes, fermées, alternatives)
- Les techniques de décryptage du langage verbal et non verbal

3. Argumenter et conseiller efficacement

- Construire un argumentaire adapté aux besoins du client
- Utiliser la méthode CAB (Caractéristiques, Avantages, Bénéfices)
- Comprendre le processus psychologique d'une objection
- Méthode de l'anticipation, de l'atténuation, du contre-pied, de l'isolement
- Méthode de l'argument récursif, de la division, de l'addition
- Méthode comparative, différentielle

4. Les principes des ventes additionnelles :

→ le cross selling

- Concept et principe de la vente supplémentaire
- Intégrer ce plan de vente dans sa démarche commerciale
- Identifier les arguments et anticiper les objections

→ Up selling

- Concept et principe de la montée en gamme
- Intégrer ce plan de vente dans sa démarche commerciale
- Identifier les arguments et anticiper les objections
 - La mise en avant des promotions et offres spéciales
 - L'importance du merchandising et de la mise en scène des produits

5. Fidéliser le client pour maximiser les ventes sur le long terme

- L'expérience client : un levier de fidélisation
- Personnalisation de la relation client
- Suivi post-achat et engagement du client

6. Savoir conclure un entretien de vente avec efficacité

- De l'échec au succès : entraîner le client vers la prise de décision
- Discerner les signaux d'achat et les freins à la vente, choisir son style de conclusion

♦ Conclusion et Bilan de séance

Bilan des apprentissages/bonnes pratiques

Pistes pour « Aller plus loin » (Ressources documentaires)

Questions/réponses et évaluation de la formation



Objectifs pédagogiques :

- Savoir Identifier et analyser les motivations d'achat et attentes du client
- Adopter les techniques d'écoute active et identifier la communication non verbale
- Construire un argumentaire de vente
- Développer les techniques de vente additionnelle et le panier moyen
- Développer les techniques de fidélisation de la clientèle

Public visé :

Salariés des entreprises des 54 branches professionnelles et de l'interprofession relevant du champ de PCO EP

Prérequis :

Aucun

Modalités pédagogiques :

Animation alternant apports théoriques et mises en application

Apports théoriques : Présentation des concepts avec des supports PowerPoint, documents PDF avec schémas explicatifs.
+ Distribution de fiches pratiques, guides de bonnes pratiques, Guides « pas à pas » FRATE transmis à chaque séance + Production individuelle de Fiche MEMO

Cours Interactifs : animations dynamiques favorisant l'interaction et la participation Vidéos démonstratives.

Jeux de rôle à partir de situations vécues
Quiz d'évaluation en ligne – NovaFrate

Durée de formation en heures et en jours :

10 heures – 3 demi-journées

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

Frate Formation Conseil

Bruno JOLY ☎ 06 80 73 41 67

bruno.joly@frateformation.net