

## DÉVELOPPER LA VENTE ADDITIONNELLE EN « FACE À FACE »

### Objectifs :

- Répondre avec efficacité aux besoins du client et faire preuve d'initiative
- Accroître son volume de vente
- Se perfectionner dans la vente additionnelle et de substitution
- Maintenir une relation de qualité avec le client

### Méthode Pédagogique :

- Pédagogie participative qui stimule la prise de parole, l'organisation du message, l'argumentation.
- Alternance d'exposés théoriques, d'exercices de réflexion individuelle, de simulations d'entretiens de vente.
- Apprentissage de techniques simples et immédiatement applicables
- Entraînement intensif avec des analyses individuelles et collectives.

### Évaluation :

Exercices pratiques, simulations.  
Questionnaire. Remise d'une attestation de stage

### Programme :

#### La préparation à l'attitude commerciale

- L'importance de la vente additionnelle
- Les nouveaux modes de fonctionnement à mettre en place pour développer la performance dans la vente additive et instaurer un climat de confiance
- L'empathie : savoir se mettre à la place de son interlocuteur afin de mieux le comprendre
- L'importance de l'écoute active dans la relation commerciale
- La connaissance de soi : mieux se connaître pour mieux communiquer, la maîtrise de soi et de ses émotions
- La préparation du face à face : l'historique client, les remontées d'informations

#### L'acte de vente

- La prise de contact dans la phase d'accueil : développer l'accueil commercial, la disponibilité, établir un climat de confiance
- L'écoute du client pour saisir les opportunités : maîtriser le questionnement, savoir poser les bonnes questions, savoir faire parler le client sur ses besoins avoués ou inavoués, décoder les signes pour aller au-delà du besoin initial du client
- Le message et la proposition : renseigner le client, le conseiller, reformuler ses attentes, répondre aux objections
- La vente additive : savoir proposer au client une consommation supplémentaire, développer une attitude de persuasion, créer un nouveau besoin, proposer un service complémentaire
- La prise de congé : conduire le client à la décision finale, conclure avec professionnalisme et courtoisie

#### La fidélisation

- La remontée d'informations sur le client : trouver de nouvelles pistes de chiffre d'affaires
- L'image de marque : fidéliser le client et maintenir des liens de confiance avec les clients
- La maîtrise des éléments « qui font la différence »

Durée : 2 jours  
14 heures