

Titre : *Mieux vendre au restaurant*

Domaine : Techniques métiers en hôtellerie restauration

Thème : Service salle

Formacode : 42757

Durée en heures et en jour : 2 jours soit 14 heures

Modalité de la formation : Présentiel

Public cible : Personnel de la restauration

Nombre de personnes min et max : Min 4 personnes – Max 8 personnes

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.

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 »

Prérequis : Etre en poste depuis plusieurs mois

Modalités techniques, pédagogiques et d'encadrement :

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 de vente
- Apprentissage de techniques simples et immédiatement applicables
- Entraînement intensif avec des analyses individuelles et collectives.

Modalités d'évaluation des connaissances :

Les modalités d'évaluation des connaissances individuelles à l'issue de la formation : Questionnaire cas de synthèse : Qu'ai-je retenu ?

Modalité d'évaluation de l'appréciation des participants : Fiche d'appréciation remise au participant en fin de formation...

Lieux et adresses précises : 11, rue Tronchet 75 008 Paris