

**Titre :** AUGMENTER LES VENTES ADDITIONNELLES EN FACE A FACE

**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 en lien avec la vente en face à face

**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 :** Maîtriser le français

**Modalités techniques, pédagogiques et d'encadrement :**

La méthode est active et participative, basée sur l'alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques.

**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