

**Durée :** 2 jours.

**Public :**

Tout commercial, vendeur, chargé de clientèle, télé-conseiller ou collaborateur d'un service client devant pratiquer la vente additionnelle. Dernière MAJ : Avril 2024

**Objectifs :**

Maîtriser les techniques de vente afin d'augmenter son panier article et son panier moyen. Savoir élargir les besoins et demandes du client. Accroître son volume de vente et adopter une démarche commerciale adaptée.

**Pré-requis :**

Avoir des bases liées au commerce ou à la vente.

**Méthodes :**

Exercices pratiques, études de cas, jeux de rôles bâtis à partir de situations réelles proposées par les participants.

**Evaluation :**

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers de multiples exercices, mise en situation et étude de cas à réaliser. Le formateur remet en fin de formation une attestation avec les objectifs acquis ou non par le stagiaire.

Dernière MAJ : Avril 2024

## La vente additionnelle, une valeur ajoutée pour l'entreprise.

La vente additionnelle dans l'entretien commercial

Rappel des étapes essentielles

Se mettre à la place de son interlocuteur afin de mieux le comprendre  
Les attentes des clients en matière de conseil et d'anticipation du besoin

Amener les services complémentaires et les nouvelles offres

### Identifier les produits complémentaires

Identifier les services associés

Distinguer la vente complémentaire de la vente supplémentaire

Vendre les produits et les services associés

Faire naître le besoin chez son client

Maîtriser les techniques de vente supplémentaire et complémentaire

Savoir faire face aux objections

### Développer la vente additive

Découvrir les besoins non formulés et aller au-delà

Maîtriser parfaitement son offre

Connaître l'historique de son client : typologies d'achats, saisonnalité, actualité

Apporter les preuves et valoriser le bénéfice client

ventes privées, relances...

Les petits cadeaux immédiats qui fidélisent

Développer l'image de marque, fidéliser le client et maintenir des liens de confiance

## Identifier les possibilités d'élargissement des produits/services proposés

Préparer son argumentaire

Découvrir les attentes et besoins grâce à un questionnement efficace

Utiliser les formulations adaptées, positives et percutantes

Les objections : écouter, accepter, traiter et rebondir

Optimiser la phase de conclusion, éviter le « one shot »

La conclusion : discerner les signaux d'achat et valider

### La fidélisation

Les actions de fidélisation à partir du fichier client : anniversaires,

**Modalités d'accès :** Adeos valide avec le candidat, qu'il possède bien les compétences et les prérequis nécessaires au suivi de la formation.

**Délais d'accès :** Nous contacter.

**Accessibilité aux personnes handicapées :** Nos locaux sont aux normes d'accueil pour les PMR, pour les autres handicapés nous contacter afin de pouvoir adapter la formation ou bien vous orienter vers un organisme partenaire.