

## Vente & action commerciale

# AUGMENTER SES VENTES ADDITIONNELLES



### ◆ Public visé :

- ✓ Vendeurs, commerciaux, technico-commerciaux, ingénieurs commerciaux, ingénieurs d'affaires, managers, responsables grands comptes et comptes clés
- ✓ Toute personne amenée à vendre un produit ou un service

### ◆ Objectifs :

- ✓ Augmenter le chiffre d'affaires par le développement du réflexe de la vente complémentaire et de la vente additionnelle
- ✓ Professionnaliser la relation client pour mieux le fidéliser
- ✓ Emporter l'adhésion sous l'angle du conseil
- ✓ Fidéliser le client et pérenniser la relation commerciale

### ◆ Prérequis :

- ✓ Aucun

### ◆ Contenu :

#### Introduction

- ✓ Les ventes additionnelles au cœur de la fidélisation client
- ✓ Différence entre **vente complémentaire** et **vente additionnelle**
  - Définition et objectifs
  - Schéma de « la cible élargie »

#### La préparation

- ✓ La préparation mentale : lever ses propres freins et ses inhibitions
- ✓ La préparation matérielle

#### De la conclusion à la vente complémentaire

- ✓ Comment développer et alimenter son réflexe de vente additionnelle ?
- ✓ Comment passer de la conclusion du produit de base à la vente complémentaire ?
- ✓ Comment réussir la transition ?

#### La vente complémentaire

- ✓ Comment savoir quels produits proposer au client ?
  - La **découverte orientée** en 7 questions
- ✓ Comment susciter l'intérêt ? Comment créer le besoin ?
  - Les motivations d'achat psychologiques du client
  - La technique de la projection

- ✓ Comment convaincre de la nécessité de l'achat ?
  - La **méthode CAP**
- ✓ Comment relativiser et justifier le coût supplémentaire engendré ? Comment démontrer la valeur ajoutée ?
  - **L'argumentation technico-économique**
  - Le chiffrage du gain

### La vente additionnelle

- ✓ Comment passer adroitement de la vente complémentaire à la vente additionnelle ?
- ✓ Comment, si elles existent, utiliser les promotions et jouer sur la saisonnalité ?
- ✓ Comment fidéliser le client grâce à la vente additionnelle ?

### La conclusion

- ✓ Les techniques de conclusion proactives et la conduite à tenir en cas d'échec
  - Techniques et comportements
  - Choix des mots et du langage
  - Gestuelle et postures appropriées
- ✓ Quelles sont les erreurs à éviter durant cette phase clé ?

### La prise de congé

- ✓ Pourquoi la prise de congé est-elle un élément fort de la fidélisation client ?
- ✓ Comment prendre congé et accompagner le client dans son achat ?
- ✓ Comment devenir le référent du client ?

### Méthodes pédagogiques :

- ✓ Construction d'outils d'aide à la vente par gamme de produits/service.
  - Liste des produits complémentaires et additionnels
  - Découvertes orientées
  - Démonstrations économiques
- ✓ Travaux en sous-groupes
- ✓ Simulations enregistrées et filmées
- ✓ Débriefing et préconisations à chaud

### Durées et modalités :

Présentiel en collectif	FOAD* en collectif	Présentiel ou FOAD* en individuel (pack formation coachée)
2 jours (14h)	8h	9h30

\*Formation à distance