

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	Distanciel
Formation collective	2 jours (14h)	8h
Formation individuelle (Pack formation coachée)	8h30	9h30