

## Techniques de vente Additionnelle

### **Publics**

Toute personne en charge du développement d'une clientèle ou d'un secteur de vente

### **Pré-requis**

Aucun

### **Objectifs**

À l'issue de la formation, les stagiaires seront capables :

De comprendre les enjeux de la vente additionnelle et de la fidélisation

De satisfaire une demande initiale

D'identifier les opportunités d'élargir la vente

D'introduire le besoin avec la vente conseil

De savoir répondre aux objections et questions difficiles

**Durée** **Tarif : sur devis**

10 jours – 70 heures.

### **Moyens pédagogiques et techniques**

Alternance d'exposés courts et de travaux pratiques – Mise en situation (sketches).

Documents supports de formation projetés.

Quizz en salle

### **Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation**

Feuilles d'émargement.

Questions orales ou écrites (QCM).

Mises en situation.

Formulaires d'évaluation de la formation – Attestation de présence.

Accessibilité aux personnes handicapées : oui

### **Qualité du formateur**

20 ans expérience des techniques de vente – Ancien commerçant.

### **Contenu**

Mise en perspective de la vente et de l'achat

Les difficultés de la vente et de l'achat

Bien cadrer son action de vendeur

La personnalité du vendeur : traits communs des bons vendeurs

L'achat : expression du choix de votre interlocuteur

Les raisons de l'achat - Les motivations de l'achat

La fidélisation - Pourquoi fidéliser est-il en plein essor ?

Le rôle de la fidélisation dans l'amélioration de l'efficacité commerciale et de la compétitivité face à la concurrence

La "culture client" : en quoi consiste-t-elle ? Comment la développer au sein de l'entreprise

Satisfaire la demande initiale

Soigner son apparence et imprimer sa marque dès le premier contact

Crédibiliser sa société et susciter l'intérêt chez le prospect

La découverte de votre interlocuteur

Que faut-il savoir de son interlocuteur

Un plan de recueil de l'information

Pièges et erreurs de la découverte

Le client qui se dérobe à l'exploration

Obtenir le premier accord : technique de l'adhésion volontaire appliquée au besoin / l'engagement partiel : l'effet "foot in the door"

Élargir la vente avec la vente additionnelle

Synthétiser, reformuler et élargir la conversation

Relancer l'intérêt - Techniques de questionnement

En cas de produit manquant, proposer une vente de substitution

Savoir induire le besoin avec la vente conseil

Utiliser le processus inductif - Conseiller une solution ou un produit

Être clair, concis et convaincant

Structurer son argumentaire

Savoir répondre aux objections et questions difficiles

Identifier les signaux d'achat

Susciter la prise de décision

Conclure et prendre congé