VENTE ADDITIONNELLE

PARTICIPANT(S) :

Toute personne souhaitant faire augmenter ses commandes, son panier moyen.

ORGANISATION :

Durée : 7 heures
Lieux : Campus du lac ou Campus de Libourne

INTERVENANT(S) :

Formateur expert dans la vente et la négociation commerciale

VALIDATION DE LA FORMATION :

L'intervenant mesurera, tout au long de la formation, l'acquisition des connaissances des participants à travers la mise en place de situation in situ.

Délivrance d'une attestation de formation conforme à la législation en vigueur.

Un support de cours sera remis à chaque participant.

CAMPUS DU LAC
N° SIRET 410 581 102 00010
Code APE-NAF 8542Z
N° Existence 7233 042 4333

Site de Bordeaux
10 rue René Cassin – CS 31996 – 33071 Bordeaux Cedex
Tél. 05 56 79 52 00
campus@formation-lac.com
Site de Libourne
7 Bis rue Max Linder 33504 Libourne Cedex tél : 05 57 25 40 40
campus@formation-lac.com

OBJECTIFS

Nature de l'action : Acquisition de compétences

- Maîtriser des techniques de vente afin d'augmenter ses commandes et/ou son panier moyen.
- Savoir élargir les besoins et les demandes des clients.

MÉTHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Alternance de théorie et de cas pratique au travers d'exercices et d'étude de cas.
Pédagogie favorisant les échanges d'expérience entre participants.
Simulation, training vidéo. .

PRE REQUIS

Avoir une première expérience dans la vente.

CONTENU DU PROGRAMME

LES ENJEUX DE LA VENTE ADDITIONNELLE.

- Les notions de ventes complémentaires et ventes supplémentaires.
- Un double intérêt : pour la structure touristique et pour le client.
- Faire disparaître les freins du vendeur liés à la vente additionnelle : se mettre à la place du client.

LA DECOUVERTE DES BESOIN DU CLIENT : UNE ETAPE INCONTOURNABLE

Savoir questionner son client :
- Les différents types de questions.
- Préparer son plan de découverte.

Pratiquer l'écoute active :
- Être attentif au verbal et au non verbal.
- L'importance de la reformulation.
- Les techniques du ricochet et de l'approfondissement.

Les motivations et mobiles d'achat du client :
- Identifier les motivations et freins d'achat du client.
- Identifier les mobiles d'achat : typologie SONCAS.

PROPOSER LA VENTE ADDITIONNELLE

Au bon moment :
- Pendant l'étape de l'argumentation.
- Au moment de conclure la vente.
- Avec les bons mots : les techniques de proposition.

Avec les bons produits :
- Le produit complémentaire.
- Le produit supplémentaire.
- Le service complémentaire.