

VENTES ADDITIONNELLES

Restauration - Réception

PARTICIPANTS :

Professionnels de la restauration commerciale

ORGANISATION :

Durée : 7 heures

Lieux : Campus du Lac Bordeaux ou Libourne

INTERVENANT(S) :

Formateur expert en techniques de vente et relation client

ELIGIBILITE :

AKTO - HÔTELS CAFÉS RESTAURANTS
Mandataire : PURPLE CAMPUS
Formation disponible en INTER et en INTRA Entreprise

VALIDATION DE LA FORMATION ET INFORMATIONS PRATIQUES :

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 66

campus@formation-lac.com

OBJECTIFS

Nature de l'action : Acquisition de compétences.

- Comprendre les enjeux de la vente additionnelle
- Découvrir le besoin client pour proposer une vente additionnelle
- Proposer une vente additionnelle

MÉTHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

- Pédagogie active
- Méthodologie communicative, dynamique et interactive avec les apprenants
- Apports théoriques en collectif enrichis d'exercices personnalisés
- Mise en pratique live
- Évaluation continue des acquisitions des apprenants à l'aide de mise en application

CONTENU DU PROGRAMME

LES ENJEUX DE LA VENTE ADDITIONNELLE

- Comprendre les enjeux de la vente additionnelle
- Découvrir le besoin client pour proposer une vente additionnelle
- Proposer une vente additionnelle

DÉCOUVRIR LE BESOIN CLIENT POUR PROPOSER UNE VENTE ADDITIONNELLE

• **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

PROPOSITION DE 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