

PROGRAMME DE FORMATION

BOOSTER VOS TECHNIQUES DE VENTE : cross selling / up selling

Durée de la formation

14 heures

Modalités et délai d'accès à la formation :

Admission après entretien,
Délai d'accès : environ 15 jours à
réception des documents contractuels
signés

Rythme :

Sur mesure

Format :

À distance ou en présentiel.

Spécialité de formation :

Code 312 – Commerce / vente

Lieu de formation :

ISEAH FC Metz en inter
Dans vos locaux en intra

Nombre de Participants :

De 6 à 10 participants

Prérequis :

Si formation à distance, avoir un
ordinateur fonctionnel muni d'un micro,
d'une webcam et d'une connexion
internet.

Public visé :

Employé, entreprise

Profil de l'intervenant :

Formateur(trice) audité(e) par nos soins
afin d'évaluer ses compétences

Accessibilité aux personnes handicapées :

ISEAH FC s'engage à étudier toutes les
adaptations nécessaires aux besoins des
personnes en situation de handicap,
qu'ils soient pédagogiques, matériels ou
organisationnels (sur demande par mail
à l'adresse iseahfc@gmail.com ou au
06.88.79.31.16).

Objectifs de la formation et compétences visées :

- Maîtriser toutes les étapes d'un entretien de vente comprenant le cross selling (réalisation de ventes complémentaires ou additionnelles) ou le up selling (vendre un produit de la gamme supérieure)
- Construire un argumentaire efficace et adapté à ses interlocuteurs en fonction d'une situation
- Appréhender les techniques fondamentales de traitement des objections et conduire sa vente

Modalités d'évaluation :

- Réflexions de groupe guidées par le formateur
- Apports théoriques et pratiques
- Exercices pratiques et études de cas
- Mise en situation à partir du quotidien des participants
- Support de cours formation vente additionnelle - Cross selling & up selling
- Quizz interactifs
- Auto évaluation préalable en amont de la formation
- Evaluation des acquis en fin de formation

Modalités de suivi et d'exécution de la formation :

- Convocation envoyée en amont de la formation précisant les modalités de déroulement et de suivi de la formation ;
- Contrôle de la présence en formation via émargement ;
- Questionnaire de satisfaction ;
- Test des prérequis et des acquis ;
- Certificat de réalisation et/ou attestation de formation mentionnant les objectifs, la nature, la durée de l'action et les résultats de l'évaluation des acquis de la formation, remise au stagiaire à l'issue de la formation
- Enquête de satisfaction globale et d'évaluation de la formation à renseigner à l'issue de la formation.
- Livrable distribué en fin de formation à chaque participant.

Méthodes pédagogiques / techniques / d'encadrement mobilisées et informations complémentaires :

Moyens techniques et pédagogiques :

- Alternance de méthodes démonstratives et actives. Travaux pratiques accompagnés.
- Salles de cours, matériel vidéo et micro-informatique, Internet, supports de cours adaptés, activités médiatisées en ligne, documents numériques.
- Assistance technique et pédagogique à distance au 07.88.79.31.16.

Passerelles, Suite de parcours :

Développer votre relation client, développer vos capacités de vente, prévenir et gérer les conflits

Débouchés

Sans.

BOOSTER VOS TECHNIQUES DE VENTE : cross selling / up selling

Programme	
<p>Retour sur les grands principes de la vente : rappel des fondamentaux</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Mener la conduite d'un entretien de vente de l'accueil à l'argumentaire ● S'approprier des méthodes professionnelles : écoute, questionnement, reformulation <p>Intégrer le principe des ventes complémentaires : le cross selling ou cross sell</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Le cross selling ou comment vendre des produits complémentaires avec méthode ● Intégrer le plan de vente « Cross selling » dans sa démarche commerciale ● Identifier les arguments et anticiper les objections <p>Comprendre le principe de la montée en gamme : Le up selling ou comment vendre des produits de gamme supérieure</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Le plan de vente « Up selling » : oser la montée en gamme ● Identifier les arguments et anticiper les objections du up selling ● Capitaliser sur le profil des clients pour adapter son argumentation <p>De la fiche technique à l'argumentaire</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Quels arguments pour quels besoins ? Choisir - Classer - Ajuster - Présenter ses arguments ● Focus sur la réfutation des objections <ul style="list-style-type: none"> ◦ Comprendre le processus psychologique d'une objection ◦ La dissonance cognitive - De la question à l'objection - Les différentes objections ● Sélectionner une méthode de réfutation des objections <ul style="list-style-type: none"> ◦ Méthode de l'anticipation, de l'atténuation, du contre-pied, de l'isolement ◦ Méthode de l'argument récursif, de la division, de l'addition ◦ Méthode comparative, différentielle <p>Savoir conclure un entretien de vente avec efficacité</p> <ul style="list-style-type: none"> ● De l'échec au succès : entraîner le client vers la prise de décision ● Discerner les signaux d'achat et les freins à la vente, choisir son style de conclusion 	14h00