



# VENTE ADDITIONNELLE EN BOULANGERIE

## Objectifs de la formation :

- Se perfectionner dans la vente additionnelle et de substitution
- Développer son assertivité face au client
- Construire des argumentaires efficaces
- Répondre avec efficacité aux besoins du client et faire preuve d'initiative
- Appréhender les techniques fondamentales de traitement des objections
- Maîtriser toutes les étapes d'un entretien de vente cross selling (réalisation de ventes complémentaires ou additionnelles) ou le up selling (vendre un produit de la gamme supérieure)
- Accroître son volume de vente
- Maintenir une relation de qualité avec le client

## Programme :

### **Introduction**

- L'importance de la Vente Additionnelle
- Pourquoi est-elle devenue incontournable pour votre entreprise ?
- Qu'attendent de vous les clients ?
- Quelles sont les différentes vente additionnelle : En face à face, par correspondance, par téléphone, par e-mail...
- Quelle est la valeur ajoutée de votre offre par rapport à la concurrence

### **L'attitude du vendeur**

- Comment créer un climat favorable propice à la Vente Additionnelle
- Se préparer mentalement pour réaliser ce type de vente
- Le contrôle émotionnel
- La congruence verbale et non verbale.
- L'assertivité et l'affirmation de soi
- Autodiagnostic de son assertivité
- Comment être crédible sur la vente additionnelle: Quelles preuves, quelles références
- Exploiter les références pour réaliser des ventes additionnelles

## L'analyse client/produit

- Sur quoi s'appuyer : historique client, remontée d'informations
- Maîtriser les outils de mesure de vos Ventes Additionnelles
- Connaître toutes les subtilités de votre offre
- Discerner les signaux d'achat et les freins à la vente
- Elargir sa vision pour développer le compte

## L'argumentation de la vente additionnelle

- Décoder les signes pour aller au-delà du besoin initial du client
- Ecouter les clients pour découvrir les besoins avoués et inavoués
- Repérer et sélectionner ses arguments (méthode FER)
- Classer, ajuster & présenter ses arguments
- Apprendre à associer les 2 : vente additionnelle et valeur Ajoutée
- Les 3 moments de vérité pour faire de la Vente Additionnelle
- Saisir toutes les opportunités
- Comment rebondir sur un besoin identifié lors de l'entretien
- Méthode de l'anticipation, de l'atténuation, du contre-pied, de l'isolement
- Méthode de l'argument récursif, de la division, de l'addition Obtenir des références dynamiques

## Traitement de l'objection

- La réfutation des objections
- 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

## Optimiser la phase de conclusion

- "Il n'y a jamais de conclusion finale à une vente !"
- Le cross selling ou comment vendre des produits complémentaires
- Intégrer la phase cross selling dans son plan de vente
- Le up selling ou comment vendre des produits de gamme supérieure
- Intégrer la phase up selling dans son plan de vente
- Comment créer un nouveau besoin chez le client
- Comment proposer un service complémentaire et indispensable



- Comment positionner la nouvelle offre par rapport à l'offre en cours
- Fidéliser pour réaliser des ventes additionnelles.
- Quelle démarche de fidélisation
- Comment passer de l'audit d'une vente (client satisfait) à la réalisation d'une vente additionnelle

### **Impact de la vente additionnelle**

- Comment vous appuyer sur les remontés clients en interne pour trouver de nouvelles pistes en terme de CA
- Mesurer l'impact de la vente additionnelle

### **Public concerné :**

Toute personne participant à un acte de vente.

### **Méthode pédagogique :**

Les cours tiennent compte des acquis et des capacités d'assimilation des participants. Le formateur a pour mission de répondre à la demande de façon permanente et individualisée. Tout au long de la formation le formateur alterne entre théorie, démonstration et pratique. Mise à disposition de tout le matériel dédié à cette formation.

### **Intervenants :**

Formateur spécialisé dans la vente notamment en boulangerie et requérant un minimum de trois années de pédagogie appliquée dans la formation.