# Réaliser des ventes complémentaires ou additionnelles (certifiante) 21h

Cette formation certifiante est dédiée aux techniques de vente complémentaire. Elle permet de développer les compétences nécessaires pour identifier les besoins des clients, construire une argumentation convaincante, répondre aux objections et optimiser la satisfaction client tout au long du parcours d'achat.

Dans un contexte commercial en constante évolution, la qualité de l'échange avec le client devient un véritable levier de différenciation. Au-delà de la simple vente, il s'agit de créer une expérience fluide, pertinente et engageante à chaque interaction.

**Certification RS7239 – certificateur BI'COM – date d'échéance de l'enregistrement au 18/07/2030**

| COURS PRATIQUE | PRIX 2026/27 |
|---|---|
| **21h** | **1 490 € HT** |

| | |
|---|---|
| **MÉTHODES PÉDAGOGIQUES** | Démonstrations en direct, ateliers pratiques, études de cas en lien avec les situations réelles des participants. |
| **DURÉE DE LA FORMATION** | La formation se déroule sur une durée de 21h en présentiel ou à distance. Chaque formation inclut 7h de e-learning. |
| **PARTICIPANTS** | Le public visé est constitué de conseillers, entrepreneurs, techniciens ou de toute personne en relation avec des clients dont le métier principal n'est pas la vente. |
| **PRÉREQUIS** | Aucun. |
| **COMPÉTENCES DU FORMATEUR** | Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise. |
| **MODALITÉS D'ÉVALUATION** | Mise en situation professionnelle via une simulation d'un entretien de vente complémentaire ou additionnelle complet, suivie d'un questionnement du jury.<br>Le candidat est évalué par un jury professionnel composé de deux membres : un salarié de l'organisme de formation et un membre externe.<br>Les évaluateurs sont des professionnels justifiant d'au moins 3 ans d'expérience dans le domaine commercial et respectent les exigences d'impartialité, d'indépendance et de dissociation du parcours de formation définies par le certificateur BI'COM et France Compétences.<br>La décision finale est rendue par le certificateur BI'COM lors d'un jury de délivrance de certification.<br>En cas de réussite, un certificat de compétences est édité par BI'COM et remis à l'apprenant par le centre de formation. |
| **MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES** | La formation s'appuie sur une pédagogie active, centrée sur l'expérience des participants et l'application concrète des concepts abordés. Les séquences alternent apports ciblés, mises en pratique, études de cas et échanges collectifs. Les participants sont régulièrement sollicités pour analyser leurs propres situations professionnelles et expérimenter de nouvelles approches. L'ensemble du dispositif favorise l'implication, l'interaction et le transfert des acquis en situation de travail.<br>En cas de problème de connexion pour vos formations à distance, merci de contacter votre référent M. Galdemar : baptistegaldemar@formeaformation.com |
| **MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS** | L'inscription doit être finalisée au plus tard 24 heures avant le début de la formation. La formation est accessible pendant une durée de deux mois à compter de l'inscription du candidat. |
| **ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES** | Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez M. Galdemar, référent handicap, à l'adresse suivante : contact@formeaformation.com, pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité. En cas de problème technique, veuillez contacter M. Galdemar au 06 86 75 86 50. |

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

### À l'issue de la formation, l'apprenant sera en mesure de :

- Identifier les besoins complémentaires du client, en analysant ses données et l'historique de ses interactions pour discerner les potentiels d'achat, et à travers des techniques de questionnement adaptées à son contexte, afin de proposer des produits ou services additionnels pertinents et personnalisés.
- Argumenter des solutions complémentaires adaptées aux besoins identifiés, en mettant en avant la notion d'opportunité pour le client, en personnalisant les avantages et bénéfices présentés, et en mettant en œuvre une communication persuasive et adaptée aux besoins spécifiques des clients en situation de handicap, en vue d'accroître le chiffre d'affaires client tout en favorisant sa fidélisation.
- Traiter les objections positivement, en préparant les réponses aux freins les plus courants (prix, report, utilité…), en relativisant et en justifiant le coût supplémentaire engendré, en évitant toute confrontation de points de vue, en vue d'aboutir à un accord client.
- Conclure efficacement les ventes complémentaires ou additionnelles, à travers l'utilisation de techniques de closing spécifiques, en reformulant les termes de l'accord le cas échéant, en planifiant un suivi en cas de délai de réflexion ou de report du besoin, et en préservant une relation client positive en cas d'échec, en vue d'accroître la satisfaction client et de pérenniser la relation commerciale.

## LE PROGRAMME

**1**

### Comprendre et identifier les opportunités de ventes additionnelles (C1)

- Moments propices à la vente additionnelle
- Techniques d'écoute active et de questionnement
- Adapter sa posture d'écoute aux besoins des personnes en situation de handicap

**Cas pratique :** travail en binôme sur des cas réels d'interaction client. Détecter les opportunités de vente.

**2**

### Argumenter et traiter les objections

**Construire une argumentation persuasive (C2)**

- Techniques d'argumentation : CAB
- Approche centrée sur le client
- Communication inclusive pour les clients en situation de handicap
- Adapter l'argumentation aux attentes et hiérarchiser les arguments

**Techniques de persuasion (C2)**

- Les principes de persuasion
- Lire les signaux non verbaux et ajuster sa communication
- Utilisation responsable des leviers de persuasion
- Prendre conscience de sa communication
- Jeux de rôles : mise en situation dans un scénario client

**Traiter les objections positivement (C3)**

- Les objections les plus fréquentes
- Méthodes de traitement : écouter, comprendre, répondre
- Atelier : identifier et préparer des réponses aux objections
- Identifier les vraies objections derrière celles apparentes
- Entraînement intensif pour répondre aux objections

**Synthèse et plan d'action individuel (C2)**

- Synthèse collective des bonnes pratiques identifiées
- Auto-évaluation des compétences acquises

**3**

### Sécuriser la relation client

- Présenter son offre clairement
- Utiliser l'argumentaire SONCAS
- Communiquer avec un vocabulaire commercial adapté
- Co-construire l'offre avec le prospect
- Ajuster l'offre AVEC le client

**Jeu de rôle :** construction d'un argumentaire de vente avec la méthode SONCAS, permettant de coordonner votre argumentaire aux besoins de votre interlocuteur.

**4**

### Valoriser les bénéfices client et argumenter

**Techniques de closing pour conclure les ventes complémentaires (C4)**

- L'importance de la reformulation
- Identifier les signaux d'achat et de décision
- Valider l'accord du client de manière explicite
- Adapter la technique de closing au client

**Gestion des refus et suivi client (C4)**

- Les bonnes pratiques en cas d'échec de closing
- Gérer les délais de réflexion et suivi client
- Techniques de relances non intrusives
- Différencier refus définitif et temporaire

**Fidélisation à long terme (C4)**

- Les leviers de fidélisation
- L'importance de la transparence et du feedback client
- Construire une relation de confiance durable
- Valoriser le client dans la relation

**Mises en situation intensives (C1 à C4)**

- Simulation complète d'un parcours client
- Scénarios adaptés au contexte des participants
- Feedback et analyse détaillée des performances