Réaliser des ventes complémentaires ou additionnelles (certifiante) 31h

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. Cette version de 31h reprend l'intégralité du programme de base et y ajoute un 4e module entièrement consacré aux ateliers d'entraînement et aux mises en situation professionnelles.

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

COURS PRATIQUE	PRIX 2026/27
31h	**2 990 € 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 31h en présentiel ou à distance. Chaque formation inclut 7h de e-learning.
PARTICIPANTS	La formation s'adresse aux professionnels non vendeurs, en relation avec le client dans le cadre de son suivi administratif, commercial ou après-vente : assistants commerciaux ou administratifs, (télé)conseillers client, conseillers après-vente, techniciens maintenance ou SAV.
PRÉREQUIS	Avoir un projet ou un besoin de réaliser des ventes complémentaires et/ou additionnelles dans son contexte professionnel.
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. Le candidat est évalué par un jury professionnel composé de deux membres : un salarié de l'organisme de formation et un membre externe. 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. La décision finale est rendue par le certificateur BI'COM lors d'un jury de délivrance de certification. 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. 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)

Introduction et mise en contexte (C1)

Identifier les besoins complémentaires du client (C1)

- Parcours client et 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. Mise en application des techniques de questionnement pour détecter des opportunités de vente.

2

Argumenter et traiter les objections

Construire une argumentation persuasive (C2)

- Techniques d'argumentation : CAB (Caractéristiques, Avantages, Bénéfices)
- 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
- Savoir lire les signaux non verbaux et ajuster sa communication
- Utilisation responsable et éthique 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 avec assurance
- Atelier : identifier et préparer des réponses aux objections
- Identifier les vraies objections derrière les objections 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

Conclure et sécuriser la relation client

Techniques de closing pour conclure les ventes complémentaires (C4)

- L'importance de la reformulation : éviter les malentendus
- Identifier les signaux d'achat et de décision
- Valider l'accord du client de manière explicite
- Adapter la technique de closing au profil 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 refus temporaire
- Structurer un plan de suivi client post-entretien

Fidélisation du client 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

4

Ateliers d'entraînement et mises en situation professionnelles (C1 à C4)

Atelier – Identifier les opportunités de ventes complémentaires (C1)

- Exercices d'identification des besoins explicites et implicites
- Exercices d'écoute active et de questionnement
- Mises en situation de découverte des besoins
- Analyse de parcours clients et identification des opportunités de vente complémentaire
- Débriefing des pratiques observées

Atelier – Construire une argumentation persuasive (C2)

- Exercices de construction d'un argumentaire personnalisé
- Mises en situation d'adaptation de l'argumentation selon le profil client
- Exercices de valorisation des bénéfices clients
- Mises en situation mobilisant les techniques de persuasion
- Débriefing et axes d'amélioration

Atelier – Traiter efficacement les objections (C3)

- Exercices de traitement des objections les plus fréquentes
- Mises en situation de gestion des objections complexes
- Exercices de reformulation et de réponse adaptée
- Entraînement à l'identification des objections réelles et apparentes
- Débriefing collectif et individuel

Atelier – Conclure la vente et sécuriser la relation client (C4)

- Exercices de détection des signaux d'achat
- Mises en situation de conclusion de vente
- Exercices de gestion des refus et des reports de décision
- Mises en situation de suivi et de fidélisation du client
- Débriefing des pratiques mises en œuvre

Parcours client complet – Mobilisation des compétences C1 à C4

- Simulations complètes à partir de scénarios professionnels
- Enchaînement des différentes compétences du référentiel dans une même situation
- Analyse des pratiques et retours d'expérience

RÉSULTATS ATTENDUS

- Les participants maîtrisent les techniques de vente complémentaire et additionnelle.
- Ils savent analyser les besoins, argumenter, gérer les objections et conclure une vente dans un contexte de relation client positive et inclusive.
- Ils sont capables de mettre en œuvre des actions de suivi et de fidélisation efficaces.

TABLEAU DE CORRESPONDANCE – PROGRAMME / COMPÉTENCES / ÉVALUATION

Bloc / Partie du programme	Compétence visée	Contenus principaux abordés	Modalités d'évaluation des acquis
Comprendre et identifier les opportunités de ventes additionnelles	**C1**	Enjeux de la vente additionnelle, typologies (cross-selling, up-selling), cadre éthique, rôle dans l'expérience client	Questionnement oral, échanges dirigés, validation de la compréhension des concepts
Introduction et mise en contexte	**C1**	Définition des ventes additionnelles, enjeux économiques et relationnels, objectifs pédagogiques	QCM de positionnement ou questions de compréhension
Identifier les besoins complémentaires du client	**C1**	Analyse du parcours client, écoute active, questionnement, prise en compte du handicap, identification des besoins explicites et implicites	Mise en situation guidée, observation par le formateur
Argumenter et traiter les objections	**C2 / C3**	Structuration de l'argumentation, communication persuasive, traitement des freins et objections	Jeux de rôles, feedback structuré
Construire une argumentation persuasive	**C2**	Méthode CAB, personnalisation des bénéfices, communication inclusive	Mise en situation commerciale
Techniques de persuasion	**C2**	Leviers de persuasion, lecture du non-verbal, ajustement du discours	Observation en situation simulée, analyse collective
Traiter les objections positivement	**C3**	Typologie des objections, reformulation, justification du coût, posture non conflictuelle	Échanges avec le formateur avec objections imposées
Synthèse et plan d'action individuel	**C2**	Capitalisation des acquis, auto-évaluation, définition d'actions concrètes	Production d'un plan d'action individuel argumenté
Conclure et sécuriser la relation client	**C4**	Techniques de closing, reformulation de l'accord, gestion des refus, suivi client	Simulation complète d'entretien de vente
Techniques de closing pour conclure les ventes complémentaires	**C4**	Signaux d'achat, validation de l'accord, sécurisation de la compréhension	Jeu de rôle
Gestion des refus et suivi client	**C4**	Gestion des reports, relance non intrusive, maintien de la relation	Mise en situation avec scénario d'échec de vente
Fidélisation du client à long terme	**C4**	Relation durable, transparence, feedback client, suivi de la satisfaction	Débrief oral et discussion de groupe
Mises en situation intensives	**C1 à C4**	Parcours client complet : identification du besoin, argumentation, objections, closing ou refus	Exercices de groupes avec debriefs en groupe