
Programme de Formation

Upselling & cross selling

Organisation

Durée : 7 heures

Mode d'organisation : À distance

Contenu pédagogique



Public visé

Commerciaux, account managers, commerciaux fidélisation, customer success, dirigeants, consultants et équipes grands comptes souhaitant développer un portefeuille existant.



Objectifs pédagogiques

Identifier les leviers de croissance cachés dans son portefeuille.

Proposer une offre complémentaire avec précision et tact.

Défendre la valeur de la montée en gamme sans pression commerciale.

Consolider la relation client sur la durée.

Piloter sa croissance par compte avec des indicateurs clairs et mesurables.



Description

Module 1 – Comprendre les leviers psychologiques et stratégiques de la vente additionnelle

Application

Différencier upselling (montée en gamme) et cross selling (vente complémentaire).
Analyser les ressorts psychologiques de la décision : confiance, reconnaissance, valorisation.

Identifier les moments clés où proposer une extension ou un complément crée de la valeur perçue.

Comprendre le cycle de vie client : satisfaction → fidélité → ambassadeur.

Action



Cartographie des opportunités de vente additionnelle dans son portefeuille actuel.
Auto-diagnostic de son style relationnel : opportuniste, attentiste ou stratégique.
Élaboration d'un plan de croissance client à 90 jours : objectifs, comptes cibles, priorités.

Module 2 – Détecter les signaux d'achat et les moments d'ouverture

Application

Apprendre à repérer les signaux faibles : changements de besoins, nouvelles contraintes, projets en expansion.
Mettre en place une veille commerciale proactive : comportements clients, actualités, feedbacks d'usage.
Savoir reformuler les besoins émergents sans forcer la vente.
Transformer chaque point de contact en opportunité d'écoute et de conseil.

Action

Construction d'une grille d'analyse des signaux d'opportunité par typologie de client.
Étude de cas : comment une question simple peut révéler un besoin caché.
Création de 5 scénarios d'ouverture conversationnelle adaptés à son portefeuille.

Module 3 – Proposer une offre additionnelle avec tact et impact

Application

Les 4 principes d'une proposition réussie : timing, pertinence, valeur, simplicité.
Apprendre à articuler la complémentarité d'une offre sans surcharger le client.
Utiliser les leviers émotionnels de la montée en gamme : confort, sécurité, prestige, efficacité.
Gérer la peur du client ("vous voulez me vendre plus") par la transparence et la preuve.

Action

Rédaction de 3 argumentaires d'upsell personnalisés selon la typologie de client (fidèle, hésitant, exigeant).
Mise en situation : simulation de présentation d'une offre complémentaire en visio ou face à face.
Création d'un modèle de proposition écrite claire, structurée et orientée bénéfice.

Module 4 – Consolider la relation et transformer la satisfaction en fidélité rentable

Application

Intégrer l'upselling et le cross selling dans le cycle de fidélisation client.
Mettre en place un plan de suivi régulier : mesurer la satisfaction, détecter les opportunités, valoriser les réussites.

Créer un effet d'enchantement : dépasser les attentes, renforcer la confiance, activer la recommandation.

Mesurer la valeur client (CLV) et piloter son portefeuille sur la durée.

Action

Rédaction d'un plan de fidélisation par segment client.

Création d'un tableau de suivi de performance client : CA, marge, fréquence d'achat, potentiel.

Simulation d'entretien de suivi post-achat : comment rebondir sans être intrusif.



Prérequis

Aucun prérequis de diplôme ou d'ancienneté n'est exigé

L'animation de la formation se déroule à distance, il est donc nécessaire de prévoir du matériel :

- Un ordinateur
- Une connexion internet stable
- Une webcam d'une qualité adéquate
- Un navigateur web à jour (chrome ou équivalent)
- Un espace au calme
- Un système audio adéquat : enceinte ou casque et un micro



Modalités pédagogiques

Nos sessions sont conçues pour maximiser la mise en pratique immédiate.

Chaque module combine des apports théoriques courts (APPLICATION) avec des exercices concrets directement applicables (ACTION). L'objectif est que chaque apprenant reparte avec des actions prêtes à être déployées dès la fin de la formation. Chaque module suit un cycle clair : Comprendre →

Expérimenter → Ajuster → Valider. Cela garantit que les participants assimilent les concepts clés avant de les appliquer dans des cas concrets



Moyens et supports pédagogiques

Un support opérationnel présentant les points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est disponible sur l'espace intranet de chaque apprenant.



Modalités d'évaluation et de suivi

Avant la formation

Chaque apprenant complète un questionnaire d'auto-positionnement portant sur 10 compétences (savoir-faire et/ou savoir-être) directement liées aux objectifs pédagogiques de la formation. Cet outil permet d'identifier le niveau initial de maîtrise de chaque compétence.

Pendant la formation

Tout au long des modules, le formateur vérifie progressivement l'acquisition des compétences en lien avec les objectifs, notamment à travers des échanges oraux, des mises en situation et des questionnements ciblés. Cette observation continue permet d'ajuster le déroulé pédagogique selon les besoins du groupe.

Après la formation

À l'issue du parcours, chaque apprenant renseigne à nouveau le questionnaire d'auto-positionnement, afin de mesurer l'évolution et de valider l'acquisition des compétences visées.

En complément, le formateur évalue l'atteinte des 10 compétences selon trois niveaux :

- Non acquis
- En cours d'acquisition
- Acquis

Il attribue également une note et un commentaire personnalisé, visant à encourager une progression continue.

L'ensemble des résultats (auto-positionnements, évaluations et commentaires) est accessible sur l'intranet participants et peut être transmis au commanditaire sur demande à l'issue de la formation.



Informations sur l'admission

De manière habituelle, nos formations sont déployées dans un délai moyen de deux semaines pour les sessions individuelles (ou INTER) et collectives (ou INTRA), sous réserve de disponibilités spécifiques.



Informations sur l'accessibilité

Chez Propulsez, l'accessibilité est une priorité. Nos programmes sont conçus pour s'adapter à tous les publics, y compris les personnes en situation de handicap. Pour toute demande d'information ou besoin spécifique, n'hésitez pas à contacter directement notre référent handicap et accessibilité : 02 30 96 13 30 – bonjour@propulsez.fr