



Développer les ventes additionnelles en hôtellerie

LE CONTEXTE DE L'ENTREPRISE

Le contexte de l'Entreprise Hôtellerie
Mission – Finalités - Valeurs de l'Entreprise
Les attentes et les motivations du Client en Hôtellerie
Les principes clés et les enjeux de l'Accueil & de la Qualité de Service
Le circuit Client

LA COMMUNICATION

Les règles de base d'une communication efficace
Le cadre de référence
Les 3 outils (écouter-questionner-reformuler).
Les 2 axes (l'axe verbal - l'axe non verbal)
Les 3 niveaux (opinions-faits-sentiments)
L'Assertivité – Les attitudes non assertives
Les attitudes de porter (les attitudes favorables et défavorables)
Le langage positif - Les expressions adaptées

STRATÉGIE ET TACTIQUE DE VENTE

Le questionnement pour cibler et répondre aux besoins du Client
La connaissance des produits/prestations (caractéristiques-avantages-bénéfices-valeur ajoutée)
L'argumentation et la valorisation des produits/prestations (le choix des mots qui parlent aux cinq sens et donnent envie)
Méthodologie – Etapes clés de l'entretien de vente
L'entretien téléphonique (Structurer & conduire un appel téléphonique)
L'Upselling (vendre un produit/une prestation de la gamme supérieure)
Le Cross-Selling (vendre un produit/une prestation supplémentaire / complémentaire)

GÉRER EFFICACEMENT TOUTE SITUATION DE VENTE

Favoriser un échange constructif
Traiter les objections
Rester force de proposition
Développer les attitudes et comportements positifs en cohérence avec les valeurs « Luxe » (assertivité-bienveillance-écoute active-empathie-élégance-disponibilité-réactivité-proactivité...)

OPTIMISER SON EFFICACITÉ

Organisation & Gestion des priorités
Formaliser ses pratiques
Briefing – Débriefing d'équipe
Communication intraService & InterServices

OBJECTIFS

Renforcer son Efficacité Commerciale (Savoirs & Savoir-Faire) et se différencier par sa dimension Relationnelle (Savoir-Etre) pour Améliorer l'image et la Performance de l'Entreprise
Repérer ses points forts et ses axes de progrès (Plan d'Action)

PRÉ-REQUIS

Aucun

PUBLIC

Tout collaborateur en charge de la vente de prestations aux clients de l'établissement

METHODES PEDAGOGIQUES

AVANT LA FORMATION : IMPLIQUER

Questionnaire pré-formation et/ou recueil des besoins pour préciser les attentes individuelles

PENDANT LA FORMATION : APPLIQUER

Méthodes actives et participatives
Mises en pratique (70%), échanges (20%) et apports théoriques (10%)
Elaboration de son plan d'actions personnalisé

APRES LA FORMATION : ACCOMPAGNER

Rappels de contenu envoyés par mail
Suivi post-formation

RESSOURCES PEDAGOGIQUES

Support de cours, exercices

EVALUATION

Evaluation des compétences

Tests, cas pratiques, exercices, mises en situation, jeux de rôle..

Evaluation de la formation

Questionnaire de satisfaction stagiaire.
Synthèse fin de stage du formateur

VALIDATION

Attestation de fin de formation
Attestation de présence

MODALITÉS DE SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION

Le contrôle de l'exécution de la formation est assuré par le formateur

Référents pédagogiques

Nos intervenants sont des spécialistes du domaine visé et sont sélectionnés selon un processus de qualification très rigoureux permettant d'évaluer notamment : leur expérience professionnelle, leurs compétences pédagogiques, leur capacité d'animation, leur personnalité et leur créativité...