

Prestations salle et réception ventes additionnelles

Objectifs

- Adopter une posture d'ambassadeur et représenter l'établissement avec professionnalisme.
- Créer un accueil personnalisé et chaleureux dès le premier contact client.
- Identifier les besoins et les attentes du client pour adapter leur discours.
- Connaître parfaitement les prestations et services proposés.
- Utiliser les techniques d'upselling et de cross-selling pour générer du chiffre additionnel sans insistance.
- Argumenter avec confiance et répondre aux objections avec tact.
- Fidéliser le client par un suivi attentif et une expérience positive.
- Développer leur aisance relationnelle et leur plaisir de vendre.

Bénéfices

- Enrichir sa boîte à outils de bonnes pratiques
- S'adapter aux évolutions de son métier
- Gagner en performance

INFORMATIONS PRATIQUES

Durée :

2 jours - 14 heures

Formats :

Présentiel ou distanciel

Effectif minimum :

2 personnes

Types :

Inter ou intra entreprises

Pré-requis :

Être en activité dans un établissement hôtelier ou de restauration.

Public concerné :

Réceptionnistes, chefs de réception, serveurs, responsables de salle, assistants F&B, ou toute personne en contact direct avec la clientèle.

Modalités d'évaluations :

- Avant : recueil des besoins, questionnaire auto positionnement & quiz d'évaluation des connaissances
- Pendant : Évaluations formatives, mises en pratique, quiz interactifs
- Après : questionnaire auto-positionnement & quiz d'évaluation des connaissances & questionnaire satisfaction

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.



UN ANCRAGE DES COMPÉTENCES

Sur le long terme.

AVANT

Un questionnaire "état des lieux" pour bien comprendre les besoins et ajuster les contenus.

PENDANT

Des mises en situation et la réalisation d'un plan d'actions.

APRÈS

Un quizz sur les connaissances et les compétences acquises.

TOUJOURS

Un petit livret sur les bonnes pratiques remis à chaque participant.

Programme

INCARNER L' AMBASSADEUR DE L'ÉTABLISSEMENT

Représenter l'image et les valeurs de l'établissement.
Comprendre l'impact de son attitude sur la perception client.

ACCUEILLIR ET COMPRENDRE LE CLIENT

Identifier les étapes du parcours client.
Décoder les signaux verbaux et non verbaux.
Adapter son discours selon le profil client.

MAÎTRISER LES PRESTATIONS ET VALORISER L'OFFRE

Connaître les services de l'établissement et leurs atouts.
Présenter une offre avec enthousiasme et précision.
Créer un lien entre besoin et solution.

DÉVELOPPER LES VENTES ADDITIONNELLES

Identifier les opportunités d'upselling et de cross-selling.
Adapter son discours selon le moment et le type de client.
Transformer un conseil en acte d'achat.

ARGUMENTER ET RÉPONDRE AUX OBJECTIONS

Structurer son argumentaire de vente avec la méthode CAP.
Répondre avec confiance aux objections (prix, refus, hésitation).
Maintenir une posture positive et empathique.

FIDÉLISER LE CLIENT ET CONCLURE LA VENTE

Créer une expérience mémorable et unique.
Personnaliser la relation client et encourager les retours.
Transformer la satisfaction en fidélisation.

CONCLUSION ET PLAN D' ACTION INDIVIDUEL

Formaliser un plan d'action concret et personnel.
Évaluer les acquis et partager les engagements.

Méthodologie

Inductive : partir des pratiques réelles du secteur HCR (accueil, vente, service, gestion client) pour identifier les leviers de progression.

Active : jeux de rôle, mises en situation d'accueil, de vente et de réponse aux objections, études de cas concrètes issues d'établissements hôteliers et de restauration.

Expositif : apports structurés et illustrés sur les techniques de communication, la posture commerciale et les stratégies de vente additionnelle.

Coopérative : échanges entre pairs, analyse de situations vécues, co-construction de plans d'action et d'argumentaires communs.

Réflexive : auto-diagnostics en début et fin de formation, retours d'expérience, et formalisation d'un plan d'action personnel à 3 mois.