

Développer le cross-selling et up-selling en B2B

Développement commercial - 2026

En résumé

Cette formation vous offre les clés pour identifier les opportunités cachées, personnaliser vos offres et augmenter votre chiffre d'affaires en proposant des solutions complémentaires et à forte valeur ajoutée. Vous apprenez à transformer chaque interaction client en une chance de vendre plus et mieux, tout en renforçant la satisfaction et la fidélité de votre clientèle professionnelle.

Objectifs :

- Optimiser la préparation et la personnalisation de votre offre commerciale.
- Maîtriser les techniques de vente du cross-selling et up-selling pour susciter l'intérêt et convaincre.
- Finaliser la vente avec succès.

Prérequis :

Aucun prérequis n'est exigé pour suivre cette formation.

Participants :

Commercial(e), et technico-commercial(e) amené à développer ses ventes par les ventes additionnelles.

Effectifs :

L'effectif maximum est de 12 personnes.

Intervenants :

Formation animée par un consultant formateur, spécialisé dans le domaine du commerce et de la vente en B2B.
Tous nos consultants formateurs répondent aux exigences de notre système qualité.

Le contenu

750 €

Net de taxe par personne

T3 VENTEADDB2B 24-B25



2 jours, soit 14 heures

Dates et villes

Grenoble - 04 76 28 29 28

- lun 30 nov 2026, mar 01 déc 2026



1. Préparer son offre de cross-selling et up-selling

Maîtriser les différents types d'offre :

Le produit complémentaire.

Le produit supplémentaire.

Le service complémentaire.

Définir les produits et/ou services support prioritaires.

Lister pour chacun les différents produits et services associés.

Préparer l'argumentaire de vente des produits associés.

Adapter son guide d'entretien téléphonique.

Définir une stratégie de mise en avant.

2. Anticiper sa vente dès la phase de découverte

Définir le produit associé à proposer dès la phase de découverte.

Insérer des questions en lien avec ce produit.

Vérifier d'éventuelles objections.

3. Susciter l'intérêt auprès du client

Mise en avant comptoir ou proche objet principal.

Essai.

Offre commerciale.

Vidéo.

Plaquette de vente.

4. Proposer son offre

Les techniques de questionnement.

L'argumentaire SONCASE / CAP.

La preuve.

La reformulation.

Le traitement des objections.

5. Finaliser sa vente

La facturation.

La valorisation.

La confortation.



Méthodes, moyens et suivi

Méthodes pédagogiques et moyens techniques

Les analyses et les études de cas se feront à partir de documents issus de différentes entreprises et de différents secteurs. L'alternance entre les approches théoriques et pratiques est soigneusement intégrée tout au long du programme. Les points théoriques sont suivis immédiatement par des activités qui permettent aux participants de mettre en pratique ce qu'ils ont appris. Cette approche cyclique favorise une compréhension plus profonde et une rétention accrue des connaissances, tout en assurant une application directe en entreprise.

Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

Une évaluation des acquis sera réalisée par le formateur.

Elle permettra d'attester de l'acquisition des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

Suivi de l'action

Une feuille de présence par demi-journée devra être signée par le stagiaire.

Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.

