Chapitre 09 - Mise en application

Conclusion de la Vente et Vente Complementaire

3 dossiers - 12 questions

Dossier 1 · Techniques de conclusion

Bijoux Prestige - Conclure la vente au bon moment



Bijoux Prestige forme ses vendeurs aux signaux d'achat et aux techniques de conclusion pour ne plus laisser partir les clients indecis.

Document 1 - Situations de vente observees

4 scenes filmees lors d'une journee mystere

- Scene A : le client enfile la bague pour la 3e fois et demande 'Elle vient en quelle taille ?'
- Scene B : le client sort son telephone et prend en photo la montre avec son partenaire.
- Scene C : la cliente dit 'C'est vraiment joli...' puis regarde sa montre.
- Scene D : le client demande 'Si je l'achete aujourd'hui, la gravure est possible pour demain ?'

Questions

Question 1

Definissez les signaux d'achat. Pour chaque scene, identifiez s'il s'agit d'un signal d'achat et de quel type (verbal, non verbal, comportemental).

Question 2

Pour la scene A et la scene D, redigez la phrase de conclusion en utilisant deux techniques differentes (directe, alternative).

Question 3

Pourquoi la conclusion est-elle difficile pour les vendeurs debutants ? Quels freins psychologiques les en empechent ?

Question 4

Apres la vente d'une bague a 890 euros, quels elements doit contenir la prise de conge pour renforcer la satisfaction post-achat ?

A retenir : Conclure au bon moment = reperer les signaux et utiliser la bonne technique. La prise de conge soignee transforme un acte d'achat en experience memorable et pose les bases du retour.

DigiStore - Maximiser le panier moyen



DigiStore est un magasin de telephonie. Son directeur veut developper la vente complementaire (accessoires, protection, assurance) en formant ses equipes.

Document 2 - Donnees commerciales DigiStore (mai)

Performance ventes complementaires

- Smartphones vendus : 218
- Taux vente accessoires (coque, verre trempé) : 34 %
- Taux souscription assurance : 22 %
- Panier moyen smartphone seul : 429 euros
- Panier moyen avec accessoires + assurance : 512 euros
- Objectif : 50 % accessoires et 35 % assurance

Questions

Question 5

Distinguez cross-selling et up-selling. Donnez un exemple de chaque pour DigiStore.

Question 6

Calculez le CA additionnel potentiel si DigiStore atteint 50 % d'accessoires sur les 218 ventes. Comparez au resultat actuel.

Question 7

Redigez le discours du vendeur pour proposer l'assurance a un client ayant achete un smartphone a 649 euros.

Question 8

Le directeur veut instaurer une culture de la vente complementaire. Proposez 3 actions manageriales concretes.

A retenir : Le panier moyen est l'un des leviers les plus accessibles : pas de nouveaux clients necessaires. Cross-selling et up-selling bien pratiques renforcent la satisfaction autant qu'ils ameliorent les resultats.

Optique Lumiere - Du client acheteur au client ambassadeur





Optique Lumiere (7 magasins) veut transformer ses clients acheteurs en clients fideles puis en ambassadeurs.

Document 3 - Donnees clients Optique Lumiere (2024)

Analyse de la base clients

- Frequence moyenne de renouvellement : 2,3 ans
- Panier moyen par visite : 280 euros
- Taux de retour a 2 ans : 44 % (objectif : 65 %)
- Taux de recommandation (parrainage) : 12 %
- LTV estimee sur 10 ans : 3,2 achats x 280 euros = 896 euros
- Cout d'acquisition nouveau client : 45 euros - Note Google : 4,3/5

Questions

Question 9

Definissez la LTV. Calculez la LTV actuelle et celle obtenue si le taux de retour passe a 65 % (meme panier, cycle 2,3 ans, horizon 10 ans).

Question 10

Le taux de retour est de 44 %, inferieur a l'objectif de 65 %. Proposez un programme de suivi post-vente structure.

Question 11

Le taux de parrainage est de 12 %. Expliquez l'interet economique du parrainage et proposez un mecanisme simple.

Question 12

Proposez un plan de fidelisation en 3 axes strategiques avec un indicateur de succes par axe.

A retenir : Fideliser un client existant coute 5 a 7 fois moins cher qu'en acquerir un nouveau. La LTV est le vrai indicateur de rentabilite. Un client fidele qui recommande est le meilleur actif commercial.
