

CHANGER VOTRE APPROCHE DU CLIENT AVEC LA METHODE PROCESS COM



Comment lui dire...

J'ai déjà suivi plusieurs formations mais celle-ci est vraiment très concrète [...]. C'est à la fois agréable et surprenant de constater qu'après 10 années d'expérience, on peut encore apprendre.

Mathieu (commercial terrain)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Tout vendeur désireux d'expérimenter de nouvelles techniques d'entretien pour optimiser son efficacité.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants sauront :

- Identifier leur type de personnalité et leur style de vente préférentiel ;
- Repérer les différents types de personnalités et varier leurs approches ;
- Identifier ce qui avant leur faisait manquer des ventes.

MÉTHODE

- Un inventaire de personnalité sera remis à chaque participant lors de la formation ainsi qu'un manuel complet décrivant les concepts de la Process Com.
- Une formation rythmée et concrète, avec des mises en situation qui permettent aux participants de s'approprier le modèle.



Réf. VPCOM

PROGRAMME

Développer une communication positive

- Comprendre les concepts de base de la communication.
- Identifier son type de personnalité et style en tant que vendeur.
- Repérer le type de personnalité de ses clients, en faire un atout en s'adaptant à son style de communication.

Savoir motiver ses clients

- Répondre aux besoins et attentes de ses clients de façon individualisée en fonction de leur personnalité.
- Comprendre les sources de motivation et de démotivation.
- Quelle est la différence entre le besoin psychologique et le besoin opérationnel ?
- Accroître sa flexibilité en jouant sur le style d'interactions préféré de ses clients.

Apprendre à négocier rapidement et autrement

- Repérer ou faire émerger les freins à la décision.
- En comprendre les différentes manifestations et différentes sources.
- Savoir y répondre, de façon à être à nouveau dans une spirale de réussite.
- Savoir gérer les fuites ou autres manipulations pour conclure utile.
- Comment conforter l'acheteur et consolider sa confiance ?