

Les vendeurs viennent de Mars et les clients de Vénus ^{AMO-VMCV}

Présentiel - Synchrone

Objectifs

- Augmenter la connaissance et la conscience de soi
- Identifier le profil de personnalité de ses clients et leurs modes de communication préférentiels
- Comprendre et répondre aux besoins psychologiques du client

Public Visé

Équipe commerciale

Pré Requis

Il n'y a pas de prérequis pour cette formation. Toutefois, pour offrir les meilleures conditions de réussite, nous préconisons de savoir lire, écrire et parler la langue française.

Pour rappel :

Le stagiaire doit être âgé de 18ans (sauf dérogation).

Modalités d'entrée en formation

Demander un devis :

Par téléphone : 04 72 79 05 82

Par mail : adv@alyence-groupe.com

Sur notre site internet : www.alyence.com

L'accès en formation se fait dès la contractualisation et selon les disponibilités.

Objectifs pédagogiques et d'évaluation

Augmenter la connaissance et la conscience de soi.
Identifier le profil de personnalité de ses clients et leurs modes de communication préférentiels.
Comprendre et répondre aux besoins psychologiques du client.

Méthodes pédagogiques

Formation - action impliquante : les 3/4 du temps de cette formation sont consacrés à des exercices faisant appel à une participation active des stagiaires

Livret participant : activités d'apprentissage et supports visuels

Parcours pédagogique

CONNAISSANCE DE SOI ET DE SON CLIENT :

- Règles déontologiques et éthique du modèle Process Communication
- Approche du modèle Process Communication : les 6 types de personnalités
- Repérer la base et la phase de votre structure de personnalité et vos besoins psychologiques associés
- Remise du profil de personnalité aux participants

L'IDENTIFICATION DES CLIENTS :

- Découvrir les différents types de personnalité des clients
- Identifier les canaux de communication et les six modes de perception du client
- Découvrir les leviers de motivations des clients
- Utiliser la matrice d'identification pour repérer le type de personnalité du client

LES COMPORTEMENTS DU VENDEUR ET DU CLIENT SOUS STRESS :

- Explorer les comportements sous stress des différents types de personnalités
- Satisfaire les besoins psychologiques des clients
- Gérer son stress pour améliorer ses ventes

Qualification Intervenant-e-s

Formateurs certifiés spécialisés dans les formations managériales

Méthodes et modalités d'évaluation

- Formation en présentiel ou Mixte
- Évaluation formative basée sur des mises en situation tout au long de la formation
- Délivrance d'une attestation de fin de formation et d'un certificat de réalisation
- Évaluation à chaud pour mesurer la satisfaction stagiaire
- Évaluation à froid 10 jours après la formation

Modalités d'accessibilité handicap

Pour les personnes en situation de handicap, un accompagnement spécifique peut être envisagé afin de faciliter le parcours



Durée

14.00 Heures

2

Jours

Effectif

De 3 à 6 Personnes