

Posture Business

Détails

- Code : SS-PMNC
- Durée : 2 jours (14 heures)

Public

- Consultants informatiques
- Consultants IT
- Consultants techniques
- Développeurs
- Engineers
- IT consultants
- IT development
- IT managers

Pré-requis

- Aucun

Objectifs

- Identifier les enjeux business et les leviers de développement de son entreprise
- Encourager la recherche de C.A, productivité et rentabilité, y compris pour les non commerciaux
- S'approprier avec solidité les fondamentaux de la relation commerciale
- Affûter son esprit business et identifier ses forces et faiblesses pour dépasser ses limites
- Revêtir le costume d'ambassadeur auprès de ses clients, prospects

Programme

1: Les bases de la relation client

- Présentation dynamique de tous les participants, récoltes des objectifs/attentes/besoins de chacun
- Récapitulatif du contexte, du pourquoi et du comment de cette formation en y donnant du sens
- Quiz d'évaluation des connaissances et de positionnement en début de formation
- Réalisation de l'analyse SWOT personnelle pour déterminer ses forces et freins commerciaux
- Adopter un comportement commercial
- Découvrir, au-delà des apparences, ce qu'est vraiment l'esprit commercial et les missions du commercial
- Cartographier les différentes étapes de la relation client/prospect
- Connaître les étapes d'une vente et se positionner
 - préparation
 - prise de contact
 - identification des besoins
 - argumentation
 - traitement des objections
 - négociation
 - conclusion
- Décoder les comportements de son client : posture, gestes, voix, regard, expression du visage
- Connaître son offre et savoir en parler
- Utiliser le référencement pour découvrir de nouveaux prospects

2 : Découvrir les besoins potentiels de vos interlocuteurs

- Maîtriser l'art du questionnement pendant l'entretien. Les différents types de questions

- Questionner pendant la phase de découverte
- Prendre le temps de reformuler les réponses de son interlocuteur pour vérifier et rassurer
- Utiliser la reformulation centrage, écho, synthèse
- Apprendre à se centrer sur votre interlocuteur : l'empathie et l'écoute
- Se synchroniser avec son interlocuteur, utiliser le même langage
- Comprendre les différents types de besoins : besoins fonctionnels, rationnels et psychologiques
- Sélectionner les leviers de motivation du client : le SONCAS
- Découvrir les points d'amélioration du service ou du produit proposé

Travaux pratiques

- Mise en situation : Entraînement à des entretiens destinés à découvrir des besoins
- Débriefing collectif

3 : Optimiser ses performances relationnelles et professionnelles

- Atelier d'intelligence collective: les qualités d'un bon communicant commercial
- S'adapter au public et à ses attentes
- Maîtriser le NON-VERBAL et PARA-VERBAL pour gagner en impact
- Comprendre les 3 dimensions de la communication et leur impact respectif sur la diffusion d'un message
- Les applications du VERBAL – NON-VERBAL & PARA-VERBAL et du concept de CONGRUENCE
- Avoir un pitch commercial performant pour réussir sa prise

de contact

- Apprendre à se présenter et nouer le contact. Les points à respecter pour présenter sa société
- Apprendre à se présenter à un client : les différences par rapport au prospect
- Préparer son premier contact et susciter l'intérêt

Travaux pratiques

- Atelier : Développer son ELEVATOR PITCH pour se présenter efficacement en moins de 2 minutes

4 : Rester serein en toute circonstance

- Gérer les objections et les désaccords

- La préparation des questions et/ou objections
- Technique de réponse aux objections pour convaincre
- Déjouer les techniques de déstabilisation des clients
- Gérer les réclamations avec empathie
- Les positions face au désaccord
- Dire non sans perdre le client : Les 3 règles du « non » constructif
- Personnaliser sa relation avec son client et les dix raisons de le remercier

Travaux pratiques

- Atelier : protéger ses intérêts et rester maître de soi face à un client mécontent

Modalités

- **Type d'action** :Acquisition des connaissances
- **Moyens de la formation** :Formation présentielle – 1 poste par stagiaire – 1 vidéo projecteur – Support de cours fourni à chaque stagiaire
- **Modalités pédagogiques** :Exposés – Cas pratiques – Synthèse
- **Validation** :Exercices de validation – Attestation de stages