METHODE DISC, COMMENT L'UTILISER DANS LA RELATION CLIENTS

=vendre plus et mieux avec success insights

par Jacques SETEAU

FORMATEUR/TRICE

Une formation de grande école de commerce (ESCAE Brest). Un début de carrière dans la fonction commerciale afin de prendre rapidement un poste de directeur commercial puis de directeur général dans des entreprises agro-alimentaires et des entreprises de service a amené Jacques en 1987 à s'orienter vers l'accompagnement et la formation des commerciaux et des managers.

La création de Jacques Seteau Consultant permet de revendiquer aujourd'hui des interventions auprès de 300 entreprises du grand ouest de la France.

OBJECTIFS, BENEFICES

D'identifier votre propre style de vente
- De reconnaître le style comportemental de vos interlocuteurs en B to B ou en B to C
- D'adapter votre comportement aux besoins et fonctionnement de vos prospects et clients
- De revoir et d'approfondir les facteurs clés de succès d'un entretien de vente

CONTENU, PROGRAMME

1ère demi-journée
Présentation des participants, de l'intervenant, des objectifs de la formation
Thème 1 : Le langage des couleurs
- Le langage des couleurs : rouge, jaune, vert, bleu
- L'approche de Marston : DISC
- L'approche de Jung : les 8 types psychologiques
- Les motivations

Atelier : Découvrir les différents types de vendeurs, selon leur(s) couleur(s) dominantes(s) dans leurs forces et faiblesses

2ème demi-journée
Thème 2 : Approfondir cette découverte dans et selon les phases de la vente
- La préparation
- Le contact
- La création d'un climat de confiance
- La qualification dans la découverte des besoins
- L'argumentation
- la réponse aux objections
- La conclusion
- Le suivi La vente, les leviers de la performance

3ème demi-journée
Thème 3 : Se situer personnellement, dans ses forces et faiblesses, en tant que personne et dans son métier de vendeur ou de commercial afin de déterminer des axes de progrès.
Découvrir et reconnaître les différents types de prospects et clients, dans :
- Leur comportement verbal (les mots employés, les questions posées)
- Leur comportement non-verbal (tonalité de la voix, gestuelle)
- Leurs motivations dans un acte d'achat

Développer sa flexibilité pour s'adapter à ces différents types de prospects et clients dans et selon les différentes phases de la vente.
Utiliser son profil SUCCESS INSIGHTS pour développer une stratégie de développement professionnel et personnel

4ème demi-journée
- Mises en situation : chaque atelier présente son travail sous forme de jeux de rôle. Les observateurs (les autres membres du groupe) analysent avec une grille de lecture.
- Synthèse de l'intervenant

Thème 4 : Gérer les situations jugées délicates, voire difficiles
- Définition de ces situations (ex : comparatif de prix, demande de remise, erreur de caisse, défaut de produit, rupture de stock, réclamation ...)
- Proposition d'une réponse exploitant les données abordées
- Mini mise en situation

Atelier : Oser mettre en action : agir
- Comment approcher les clients curieux, agressifs, pressés, exigeants, hésitants, pluriels ?

En guise de conclusion
- Oser agir : les points de progrès
- Évaluation

METHODE ET OUTILS PEDAGOGIQUES

L'association des couleurs aux différents profils comportementaux permet un apprentissage ludique et convivial, une mémorisation facile et une utilisation pragmatique de la méthode.
Méthode très interactive : Travail en sous-groupes, jeux de rôle, mises en situation.
Option : Chaque participant reçoit son propre profil comportemental établi à partir d'un questionnaire

PRE-REQUIS

PUBLIC : Tout commercial en relation de face-à-face avec des clients.
PREREQUIS : Avoir déjà acquis les fondamentaux de l'entretien de vente.

FORUM 1 MARS 2023/ COLLABORATEURS **2jours soit 14h** **820.83 € HT / 985.00 € TTC**