

*Démarche commerciale &
Développement managérial*



Programme de formations 2018

intra entreprise



Delphine DOILLON

Directrice associée

*formatrice en démarche commerciale
& développement managérial*

semer,
récolter

FORMATION – *Savoir découvrir les besoins et attentes de ses clients pour augmenter ses ventes*

Il est impossible de convaincre quelqu'un si l'on ne connaît pas les raisons pour lesquelles il pourrait être convaincu.

Présenter un produit avec force et conviction sans avoir découvert les attentes et besoins du clients c'est développer des arguments qui ne séduisent pas.

Objectifs de la formation

Etre en mesure de découvrir les attentes, besoins et préoccupations d'un client, savoir poser les bonnes questions grâce à des outils et des méthodes de découvertes efficaces.

Savoir mettre en évidence un besoin qui n'existe pas en apparence ou qui est à l'état latent ou dont certaines manifestations commencent à émerger.

Programme détaillé

Les différents aspects de la découverte

- La découverte du besoin
- La découverte de la psychologie du client
- La motivation d'achat du client

Comment pratiquer la découverte ?

- La mise en évidence du besoin
- La définition du besoin
- Les techniques de questionnement
- Savoir construire un plan de questionnement

Les différentes phases de la découverte

- La situation actuelle et la situation souhaitée
- Le principe de reformulation
- Faire admettre le besoin par l'interlocuteur

Modalités pratiques

Public concerné

Toutes personnes en relation commerciale (vente)

Durée

1 journée

Tarif

sur devis (*non assujetti à TVA art. 261-4-4° CGI*)

Frais de déplacement et d'hébergement en sus

Stage programmé en inter-entreprises le 23 janvier 2018.

semer,
récolter

FORMATION – *Savoir choisir les meilleurs arguments pour réussir sa vente*

Après une déferlante d'arguments et persuadé d'avoir présenté les plus forts, on s'entend souvent dire par les clients « *je vais réfléchir* » « *je repasserai* » « *je vous rappelle* » etc.

Est-ce que les arguments étaient les bons? Ont-ils rassuré, ennuyé ou effrayé le client?

Réciter l'ensemble des arguments que possède notre produit, c'est faire de l'information non de la vente.

Objectifs de la formation

Savoir choisir l'argument qui correspond aux attentes et motivations du clients, savoir mettre en valeur l'argument qui séduira, savoir construire un argumentaire.

Programme détaillé

Savoir convaincre

- Quand faut-il argumenter ?
- Comment faut-il argumenter ?
- S'exprimer avec conviction

Techniques d'argumentation

- Savoir construire un argumentaire
- La structuration de l'argumentaire
- Faire l'inventaire des caractéristiques (entreprise, produits etc.)
- Déterminer les avantages particuliers et concurrentiels
- Personnaliser l'argumentation pour apporter les bénéfices qui correspondent aux motivations du client
- L'argumentation sur des faits, savoir apporter des preuves.

Modalités pratiques

Public concerné

Toutes personnes en relation commerciale (vente)

Prérequis - le stage sur la découverte des besoins

Durée

1 journée

Tarif

sur devis (*non assujetti à TVA art. 261-4-4° CGI*)

Frais de déplacement et d'hébergement en sus

Stage programmé en inter-entreprises le 30 janvier 2018.

sem̄er,
récolter

FORMATION – *Savoir mener un entretien de vente difficile (B to B)*

Un prospect se gagne ou se perd essentiellement sur la qualité de votre premier entretien.

Ce stage vous apportera les outils, méthodes et astuces nécessaires pour mener un entretien de vente efficient.

Objectifs de la formation

Savoir transformer la position de « non-achat » du client en « ça m'intéresse », déclencher l'acte d'achat, mener un entretien en démarche orientée client, adopter un comportement gagnant-gagnant.

Programme détaillé

Les démarches à suivre dans les 2 situations de vente : le prospect a un besoin / le prospect n'a pas de besoin

L'entretien de vente étape par étape

Savoir instaurer un climat de confiance, comment bien démarrer l'entretien.

Comprendre

Savoir découvrir et mettre en évidence les besoins et attentes du client, savoir poser les questions qui font vendre, savoir faire reconnaître le besoin exprimé.

Proposer

Savoir répondre au besoin et développer une argumentation ciblée. Savoir utiliser les arguments sensibles pour le client.

Rassurer

Savoir traiter efficacement les objections.

Engager

Savoir conclure et engager le client.

Modalités pratiques

Public concerné

Toutes personnes en relation commerciale (vente) en face à face

Durée

2 journées non consécutives

Tarif

1.780,00 € (*non assujetti à TVA art. 261-4-4° CGI*)

Frais de déplacement et d'hébergement en sus

semër,
récolter

FORMATION – *Accueil par téléphone, savoir gérer les interlocuteurs en situation difficile*

Savoir traiter les réclamations permet de fidéliser un client malgré le dysfonctionnement survenu après la vente.

Objectifs de la formation

Améliorer l'efficacité de l'accueil téléphonique par des comportements, des attitudes et expressions positives. S'adapter et répondre aux demandes et réclamations des interlocuteurs en appel entrant. Savoir gérer les interlocuteurs difficiles.

Programme détaillé

Les fondamentaux de la communication téléphonique

Le langage verbal (rythme, voix, intonation...), le langage positif : les expressions et vocabulaire, les expressions et mots à bannir.

Comment enclencher des « oui », une écoute et une attitude positive chez l'interlocuteur.

Comment rassurer, aider et développer la confiance de l'interlocuteur.

L'accueil téléphonique dans les différentes situations

Les étapes à suivre dans les différentes situations : savoir transférer un appel téléphonique, savoir prendre un message, savoir mettre en attente, savoir filtrer un appel...

Développer une attitude positive et savoir gérer l'agressivité

Comment ne pas se sentir agressé.

Adapter son attitude à la personnalité de son interlocuteur (les différents types d'agresseurs) Savoir apaiser l'énervement de l'interlocuteur et rendre l'échange constructif

Les étapes à suivre pour comprendre la demande, rassurer l'interlocuteur, proposer une solution ou une réponse à la demande.

Modalités pratiques

Public concerné

Toutes personnes en relation commerciale par téléphone

Durée

1 journée

Tarif

sur devis (*non assujetti à TVA art. 261-4-4° CGI*)

Frais de déplacement et d'hébergement en sus

semer,
récolter

FORMATION – Les Bases de la Process Com

Savoir parler le langage de ses collaborateurs et agir sur leur motivation

Si vous voulez qu'ils vous comprennent, parlez leur langage
Taibi Kahler

Quand deux personnes échangent et souhaitent se comprendre, elles utilisent un mode de communication qu'elles croient (*inconsciemment*) adapté à leur interlocuteur.

Si ce mode convient, l'interlocuteur "entendra" correctement ce qui lui est dit et les deux personnes auront une relation constructive.

A l'inverse, si le mode de communication ne convient pas, il y a risque de malentendu.

Objectifs de la formation

Mieux se connaître et connaître son style de management préférentiel, développer ses compétences relationnelles, comprendre le fonctionnement de ses collaborateurs, pratiquer une communication individualisée, développer un langage commun, découvrir les leviers de la motivation de ses collaborateurs, augmenter l'efficacité et l'implication en réunion, créer un climat favorable à la coopération.

Programme détaillé

Découvrir le modèle Process Com®

Comment fonctionne une structure de personnalité? Quelles peuvent être ses sources d'évolution et changement?

Les différents profils de manager et collaborateurs

Les différents profils de personnalité (leurs atouts, leurs travers etc..). Comprendre pourquoi certains profils sont moins facilement compatibles avec d'autres.

Communiquer efficacement pour être entendu et écouté

Dans quelle perception de langage se situe mon collaborateur? Quel est son processus de communication? Comment me mettre rapidement sur la « même longueur d'onde » avec mes collaborateurs?

Individualiser son style de management

Découvrir les différents styles. Quel manager suis-je? Quel style adopter avec quel profil de collaborateur.

Motiver au quotidien

Quelles sont les sources de motivation ? Comment les repérer ? Savoir faire la différence entre ce qui motive et ce qui satisfait. Prendre conscience des comportements qui démotivent.

Modalités pratiques

Public concerné

Manager de proximité,
Dirigeant de société.

Durée

2 à 3 journées (*non consécutives*) selon le nombre de participants

Tarif

Sur devis (*non assujetti à TVA art. 261-4-4° CGI*)

Frais de déplacement et d'hébergement en sus

Rédaction du profil Process Com personnalisé remis à chaque participant

sem, récolter

FORMATION – *Process Com niveau Expert*

Savoir gérer les situations relationnelles difficiles

Incompréhension, malentendus, conflits sont autant de situations source de contreperformance.

Ce stage vous permettra d'éviter ou de rétablir des situations relationnelles difficiles pour obtenir plus de performance.

Objectifs de la formation

Comprendre les comportements négatifs et savoir les gérer.

Savoir repérer les masques de communication. Sortir et déjouer les situations d'échec relationnel.

Désamorcer les tensions et sources d'incompréhension, rétablir des relations sereines, constructives et de coopération.

Ce thème peut être adapté pour les équipes de collaborateurs

Programme détaillé

Les profils de personnalité Process Com® en disfonctionnement

Les comportements négatifs, leurs causes et leurs solutions.

Sur quelle partie de personnalité de mon interlocuteur agir ?

Les masques et scénario d'échec de chaque profil

Les victimes, les blâmeurs et les persécuteurs. Comment se préserver ? Comment les reconnaître ? Savoir faire la différence entre manipulation, jeux toxiques et disfonctionnement naturel.

Comment déjouer les situations d'échec relationnel ?

Les croyances inconscientes. La perte de lucidité. Savoir repérer le premier signal d'alarme. Savoir le gérer pour empêcher l'apparition d'un masque. Quels comportement adopter ? Quoi dire ?

Modalités pratiques

Public concerné

Manager de proximité, Dirigeant de société.

Durée

2 à 3 journées (*non consécutives*) selon le nombre de participants

Tarif

Sur devis (*non assujetti à TVA art. 261-4-4° CGI*)

Frais de déplacement et d'hébergement en sus

Rédaction du profil Process Com personnalisé remis à chaque participant

sem̄er,
récolter

FORMATION – Process Com Quality Team 1

Instaurer ou amplifier un climat relationnel positif entre collaborateurs & services

Se réunir est un début,
rester ensemble est un progrès,
travailler ensemble est la réussite.
Henry FORD

Ce stage vous donnera des clefs
pour que le travail ensemble soit
une réussite au quotidien.

Objectifs de la formation

Créer un climat favorable à la
cohésion, la coopération et la
solidarité, faire de l'entreprise un lieu
où il fait bon vivre et travailler,
augmenter la performance individuelle
et collective.

Programme détaillé

Mieux se connaître & connaître l'autre pour se comprendre

Les profils de personnalité Process Com®
Composante des profils : processus de
communication, comportement, environnement
préférentiel...

Les stratégies à utiliser pour obtenir disponibilité intellectuelle et émotionnelle

Les Besoins psychologiques,
Les questions existentielles, les schémas
inconscients.

Etre attentifs les uns aux autres

Savoir repérer les altérations subtiles des
comportements : les drivers de
mécommunication.
Savoir déjouer les rancœurs pour repartir sur de
bonnes bases.
Savoir se ressourcer et ressourcer ses collègues.

Atelier pratique

Mise en application des leviers de
communication et stratégie de coopération.

Modalités pratiques

Public concerné

Equipe de collaborateurs

Durée

4 journées non
consécutives

Tarif

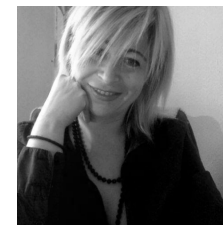
Sur devis (*non assujetti à
TVA art. 261-4-4° CGI*)

**Frais de déplacement et
d'hébergement en sus**

Rédaction du profil Process
Com personnalisé remis à
chaque participant

sem̄er,
récolter

VOTRE CONTACT – *Delphine DOILLON*



Parcours Professionnel

Après avoir obtenu une maîtrise en droit des affaires, Delphine a créé sa première entreprise à l'âge de 24 ans dans le secteur de l'immobilier. Elle a exercé cette activité une dizaine d'années, qu'elle a développée à travers plusieurs sites en s'entourant de collaborateurs performants.

Puis en 2003, elle crée un premier cabinet de conseil spécialisé dans la formation commerciale.

En 2008, elle suit un cursus de formation pour être certifiée et agréée Process Com.

En 2010, elle intègre la société IDEM et oriente son activité vers d'autres secteurs que l'immobilier.

Depuis 2011, pour réaliser son rêve d'enfant, Delphine écrit des spectacles vivants.

En 2015, un de ses clients Dirigeant d'entreprise la met en relation avec un des plus grands producteurs de films de comédie. Elle saisit donc sa chance et travaille à l'écriture de son premier scénario inspiré de sa pièce « Miroir, mon bô miroir ».

Méthode pédagogique

Passionnée par les sciences humaines et enrichie de son expérience professionnelle au cours de laquelle, Delphine a managé et formé des équipes de commerciaux, tous ses modules de formation sont une judicieuse alliance de technique, méthodes, astuces et vécu sur le terrain.

Très créative et naturellement douée pour les relations humaines, cela se ressent lors de ses séminaires où les participants apprennent en jouant et repartent boostés, prêts à utiliser les outils et astuces pragmatiques qu'ils peuvent immédiatement mettre en application dans leur quotidien.

Il va sans dire mais mieux en le disant que d'autres thématiques peuvent être réalisées au sein de votre entreprise

Modalités pratiques

Portable

06 50 55 00 37

Mail

ddoillon@idem-commercial.com

IDEM

20, rue du Chasnot

25000 Besançon

03 81 61 66 72

semèr,
récolter