

Programme de formation

Optimiser ses relations commerciales avec l'outils DISC

Les objectifs de la formation

- Reconnaître le profil de vos interlocuteurs
- Améliorer votre communication selon les différents profils d'interlocuteurs
- Adapter son comportement au profil de son interlocuteur
- Adapter mes comportements pour mieux interagir
- Augmenter la transformation des prospects en clients (tunnel de prospection, suivi)
- Optimiser la prospection mix (outils de prospection passive)
- Améliorer son approche de découverte client
- Développer une argumentation pertinente adaptée au BtoB
- Faire face aux objections en BtoB
- Conclure un entretien de vente / Fidéliser la clientèle

Les contenus de la formation

PARTIE 1 : 1 jour

Les profils DISC® dans le contexte quotidien

- Présentation de la méthode DISC® : principes et origines
- Les 4 typologies de comportement et leur couleur : "dominance", "influence", "stabilité", "conformité"
- Les émotions génératrices d'énergie
- Le profil naturel et le profil adapté

Comprendre son profil

- Appréhender les piliers d'une relation : soi, autrui et la situation
- Connaître les fondamentaux de la communication interpersonnelle
- Prendre conscience de ses propres modes de communication
- Analyser les principaux obstacles à une bonne communication

Analyser et reconnaître le comportement client



GM! Conseil Formation EURL au capital de 3000€
22 rue Marquise de Barol • 49360 Maulévrier • 06.09.89.35.42
gmeriere@gm-conseil-formation.fr • www.gm-conseil-formation.fr
Déclaration d'activité enregistrée sous le n° 52490300149, auprès de la région Pays de la Loire
N° d'immatriculation : 799 459 573 R.C.S. Angers

- Savoir identifier les indicateurs comportementaux (mots, gestes, voix) pour connaître les profils de personnalités
- Connaître et reconnaître la dynamique de ses interlocuteurs
- Identifier et accepter les besoins de l'autre

Développer son agilité relationnelle et gagner en leadership

- Adapter sa stratégie de communication tout en gardant sa personnalité
- Développer des rapports constructifs tout en préservant la qualité de la relation
- Identifiez les principaux signaux de stress de chaque profil
- Exercices et jeux de rôle en situations professionnelles ou personnelles des participants

PARTIE 2 : Techniques de ventes B2B (1 Jour)

Diagnostic individuel : attentes / objectifs / enjeux

Réussir l'entrée en relation

- L'impact de sa propre communication
- Les attitudes à adopter pour donner une bonne première impression
- Les thèmes à aborder pour briser la glace / l'approche directe
- La présentation de son entreprise de manière attractive

Prospection : Méthodes et Outils

- Créer un tunnel de prospection
- Les outils de prospection passive
- Convertir le prospect en client, étapes de la conversion
- L'utilisation des émotions comme point d'appui pour inciter le client à en dire plus

Développer une argumentation pertinente

- L'adaptation de l'argument en fonction du profil du client
- Les conditions de la réussite de son argumentation
- Les informations utiles à recenser pour argumenter sa proposition
- Le schéma de l'écoute active et le questionnement adapter
- L'utilisation des émotions comme point d'appui pour inciter le client à en dire plus
- La motivation d'achat sous-jacente par la grille DISC.
- La différenciation par des arguments spécifiques

Faire face aux objections en BtoB

- La technique de l'accusé-réception
- Les techniques pour traiter les objections prix

Mettre en place des solutions à plus long terme

- Obtenir un accord gagnant/gagnant

Conclure un entretien de vente

- La conclusion sur l'avantage
- Le closing sur le besoin et l'engagement du client
- La référence active avant la prise de congés pour faciliter ses actions futures

Nos principes d'action

- Partage d'expériences de la part des formateurs et stagiaires
- Jeu pédagogique
- Mises en situation
- Cas pratique : travail individuel de formalisation d'un plan d'action dans la durée, puis échanges avec le groupe
- Une pédagogie interactive favorisant l'acquisition des savoirs, savoir-faire et savoir-être.
- Mises en situation
- Études de cas / Pratique directe

Évaluation

- Evaluation formative : par questionnement direct en cours de formation
- Evaluation sommative à travers un QCM de fin de formation.
- Attestation de stage
- Feuille de présence
- Certificat de réalisation
- Evaluation à froid : à 3 mois.

Le public concerné

- Chefs de projet produit, assistante commerciale, chargée de prospection.

PRE-REQUIS :

- Aucun

Informations complémentaires

- Formation accessible aux personnes en situation de handicap : nous [consulter](#)
- Délai d'accès pour inscription : 1 mois.

Le lieu

- Formation chez le client

La durée et les horaires

- Formation présentielle de 2 jours soit 14 heures, 9h-12h30 / 14h-17h30.

Le formateur

Ozias FOUTI : Formateur relation client, certifié DISC et Intelligence émotionnelle, Formateur GM ! Conseil Formation

Pour nous joindre : 06.09.89.35.42, gmerliere@gm-conseil-formation.fr

Notre outil DISC :

Il s'agit d'une analyse comportementale qui permet de mieux se connaître, mieux se comprendre, et mieux comprendre les autres et leurs besoins dès lors qu'ils entrent en relation avec autrui ou avec soi. Cette analyse est basée sur le modèle du DISC de Marston. Celui-ci décrit 4 grands styles comportementaux (Dominance, Influence, Stabilité et Conformité), chacun d'eux étant représenté par une couleur à des fins mnémotechniques.



ROUGE	VERT	BLEU	JAUNE
Exigeant, énergique et orienté résultat	Social et attentionné	Structuré et méthodique	Communiquant, enthousiaste et influent

L'analyse DISC Styles © met en avant le comportement de base et le comportement adapté de chacun. Le modèle DISC permet alors de comprendre comment nous nous adaptons à notre milieu professionnel et avec les gens qui nous entourent. Il décrit nos forces et nos limites suivant les situations. Mais surtout, il permet d'améliorer notre mode de communication, notre efficacité au travail.

Cela vous permet de :

- ✓ Poser les bases d'une réflexion sur la manière dont vous pouvez agir sur vos comportements et mieux interagir avec autrui.

- ✓ Identifier vos points forts, de capitaliser dessus, tout en ayant également un aperçu clair de vos limites et du travail qu'il vous reste à faire pour entretenir ou initier des relations interpersonnelles plus efficaces et plus agréables.

L'ADAPTABILITÉ

En plus de comprendre votre style, il vous permet d'agir sur les faiblesses de votre style pour interagir le plus efficacement possible avec autrui. Cela s'appelle l'adaptabilité. Les sociologues l'appellent « l'intelligence sociale ». Dernièrement, on a beaucoup écrit sur le fait que l'intelligence sociale est aussi importante que le quotient intellectuel (QI) pour réussir dans le monde d'aujourd'hui.