

# OPTIMISER SA RELATION CLIENT PIECES DE RECHANGES & ACCESSOIRES

## 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
- Développer sa conscience émotionnelle
- Réussir l'entrée en relation
- Découvrir le besoin de son prospect
- Développer une argumentation pertinente adaptée au BtoB
- Faire face aux objections en BtoB
- Conclure un entretien de vente

## Méthode et outil :

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 orienté résultat	Social attentionné	Structuré 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.



En amont, les participants réaliseront un test DISC (Lien personnalisé envoyé par mail) et recevront leurs profils comportementaux à l'issue de la première session.

### RAPPORT DISC

Ce rapport personnalisé **DISC** + Forces Motrices, se concentre sur vos tendances naturelles, celles qui influencent votre comportement. 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, le rapport identifiera les manières dont vous pouvez mettre en application les forces de votre style ou 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.

## Les contenus de la formation

### **PARTIE 1 : Les profils DISC® (2 Jours)**

- 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**

- 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

### **Développer sa conscience émotionnelle**

- Identifier les émotions.
- Reconnaître le rôle des émotions.
- Utiliser ses émotions.

### **Mieux communiquer en cas de conflits**

- Découvrir et comprendre les sources d'incompréhension et de conflits liés aux besoins de chacun
- Prévenir et gérer les tensions grâce au langage des couleurs
- Savoir sortir des conflits en utilisant la méthode DISC®

## **PARTIE 2 : Techniques de ventes B2B Pieces de rechange et accessoires (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
- L'annonce d'un plan pour pouvoir recadrer le client ou les débordements
- La présentation de son entreprise de manière attractive

#### **Découvrir le besoin de son prospect**

- Les informations utiles à recenser pour argumenter ensuite sa proposition
- Les 3 types de questions
- Le schéma de l'écoute active
- L'utilisation des émotions comme point d'appui pour inciter le client à en dire plus
- La mise à jour de la motivation d'achat sous-jacente par la grille SONCAS & DISC.
- L'identification des critères d'achat
- Le closing sur le besoin et l'engagement du client

#### **Développer une argumentation pertinente adaptée aux Agents/MRA**

- L'utilisation du modèle : caractéristique-avantage-preuve
- L'adaptation de l'argument en fonction du profil du client<sup>[L]</sup><sub>[SEP]</sub>
- Les conditions de la réussite de son argumentation
- La différenciation par la mise à jour des arguments spécifiques
- La conclusion sur l'avantage

#### **Faire face aux objections en BtoB**

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

#### **Conclure un entretien de vente**

- Les 6 cas pour détecter les signaux d'achat

- La référence active avant la prise de congés pour faciliter ses actions futures

## Nos principes d'action

### Méthode de formation théorique et participative :

- Théorie
- Partage d'expériences de la part des formateurs et stagiaires
- Une pédagogie interactive favorisant l'acquisition des savoirs, savoir-faire et savoir-être.
- Mises en situation
- Études de cas / Pratique directe

## Évaluation

- Évaluation à l'issue de la formation QCM
- Évaluation à chaud par questionnement direct en ligne en cours de formation
- Attestation de stage
- Feuille de présence
- Certificat de réalisation
- Evaluation à froid : à 3 mois.
- Projection PowerPoint
- Mises en situation
- Études de cas / Pratique directe

## Le public concerné

- Toutes personnes en charge de la relation client
- Programme accessible aux personnes handicapées : nous consulter

### **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 3 jour soit 21 heures, 9h-12h30 / 14h-17h30.

## Le formateur

- **Ozias FOUTI** : Formateur relation client, certifié DISC et Intelligence émotionnelle, Formateur référent Sellscar « CQP Commerciaux Pieces de rechange » Emil Frey France, Formateur GM ! Conseil Formation

Pour nous joindre : 06.09.89.35.42, [gmerliere@gm-conseil-formation.fr](mailto:gmerliere@gm-conseil-formation.fr)