

SAVOIR SE POSITIONNER AVEC SES CLIENTS

Le positionnement intègre le concept d'assertivité qui consiste à s'accepter et accepter l'autre sans sentiment de survalorisation ou dévalorisation mais dans un esprit de coopération. Il permet le développement d'une relation saine et authentique qui limite les relations de pouvoir, les non-dits et tous les dysfonctionnements relationnels.

Objectif de la formation

A l'issue de la formation, les participants maîtriseront un ensemble d'outils pour développer un relationnel efficace avec les clients et prospects. Ils auront développé une agilité leur permettant d'adopter un positionnement et un comportement adaptés en fonction du contexte et de l'interlocuteur.

En quoi le positionnement est-il utile ? Pour :

- Développer l'adaptabilité des commerciaux et leur aisance dans toutes les situations
- Mieux se connaître pour être plus sûr de soi

A quel besoin répond la formation ?

- A renforcer la performance commerciale
- A permettre aux clients de vivre des expériences relationnelles agréables

Programme

1- Positionnement et contexte

- Les positions de vie
- Inventaire des différentes situations relationnelles

2- Ma structure psychique et celle de mon client

- Les Etats du moi
- Pensées, émotions, comportements en situation de vente
- Pensées, émotions, comportements du client

3- Les relations interpersonnelles entre client et vendeur

- Les transactions
- Les cas de conflits
- Les cas de « mauvaise foi »

4- Préparer le terrain de la coopération

- Aider le client à se sentir bien (protections et permissions)
- Donner de la visibilité sur le rôle de chacun (le contrat)



L'esprit de la formation

Les techniques sont présentées à travers des activités qui reposent sur l'expérience quotidienne des participants pour en favoriser l'application.

Les échanges dans le groupe permettent d'élargir les cadres de référence, de voir les choses différemment et de s'inspirer des autres.

Le formateur favorise l'échange d'expérience entre les participants. Il sollicite le feedback de chacun sur les mises en situation selon le principe que l'individu sert le groupe et le groupe sert l'individu.

Au-delà des connaissances et des savoir-faire, l'objectif de la formation est de révéler le potentiel de chacun pour permettre d'aborder la relation client avec plaisir et efficacité.

Plan d'action individuel