

## RÉFLEXES COMMERCIAUX POUR TECHNICIENS

Développer une fibre commerciale complémentaire à la pratique technique

Flexible - Progressif - Opérationnel

### L'avant :

- ▶ un questionnaire avant stage pour cibler ses attentes, ses difficultés et ses objectifs
- ▶ une réflexion autour du programme conducteur pour cibler les compétences clés que le stagiaire souhaite acquérir en fixant des priorités aux séquences

### Le programme-conducteur

★★★ - ★★ - ★

1 | Canaliser son comportement et le mettre au service d'un objectif commercial □ □ □

- ▶ Les 3 lois de la communication
- ▶ L'influence de la perception des faits sur le déclenchement de nos comportements
- ▶ La notion de filtre ou la nécessité d'adapter son discours et son comportement au client

2 | Développer les qualités relationnelles indispensables à la relation commerciale □ □ □

- ▶ L'impact de la communication non-verbale (CNV) dans la transmission d'un message
- ▶ Les types de question et leur utilité La préparation des arguments / des objections
- ▶ Les qualités de l'écoute active : attitude / silence / reformulation

3 | Mener un «audit» sur la situation d'un client □ □ □

- ▶ Le rôle de conseil d'un technicien au-delà de son intervention
- ▶ La trame SAFI pour mettre à jour les besoins
- ▶ L'enquête approfondie par le rebond sur le discours du client
- ▶ La méthode alternative par les "références"

4 | Tester l'intérêt d'un client à un produit/service sans paraître «vendeur» □ □ □

- ▶ La transition avec l'audit par une reformulation de la situation client
- ▶ Le principe de l'accroche pour tester l'intérêt d'un client sans être trop "commercial"
- ▶ La construction des accroches
- ▶ La formulation d'une accroche
- ▶ La remontée d'informations aux commerciaux

5 | Transformer une insatisfaction en opportunité commerciale □ □ □

- ▶ L'accusé-réception pour valoriser la remarque du client
- ▶ La reformulation positive des objections du client
- ▶ La trame de transformation d'une réclamation.

6 | Gérer les cas difficiles afin de prévenir les conflits □ □ □

- ▶ La limitation des exigences du client pour éviter d'amputer sa marge : le réflexe rentabilité
- ▶ La formulation d'un «non» acceptable en préservant la relation
- ▶ Le traitement des critiques du client sur notre intervention / sur notre entreprise

### Le Coaching

- ➔ Coaching «individuel» : 1 heure à J+15 - à distance  
**Objectif** : suivre son plan d'actions, mesurer la mise en pratique et répondre aux difficultés rencontrées par le participant
- ➔ Coaching «individuel» : 30 minutes à J+30 - à distance  
**Objectif** : Faire le bilan de l'action / consolider son plan d'actions individuel

### Les "4 boosters"

Un email de consolidation envoyé chaque semaine pendant 4 semaines pour :

- ▶ rappeler une "bonne pratique", son protocole et/ou ses subtilités de mise en oeuvre
- ▶ inciter à mettre en application avec une action/challenge à réaliser

### Les + :

- une offre flexible et individuelle qui **s'adapte** au niveau, au contexte et au besoin du participant
- un carnet de **synthèse** et de **progression** individuel est transmis au stagiaire et complété au fur et à mesure de la formation
- un support participant au **format pocket** pour rappel des points clés de la formation
- **4 emails de consolidation** pour **booster** les compétences clés et inciter à passer à l'action
- un formateur référent et **coach certifié** pour un accompagnement pédagogique et personnel




### PUBLIC

Personnes concernées : Techniciens de Service , tout collaborateur au profil technique devant intervenir chez le client

Prérequis : la maîtrise des techniques de vente, ou bien le suivi préalable du stage Techniques de vente en B to B



### MODALITÉS

 Durée totale de l'action : **7h présentiel + 1h30** en accompagnement individuel

 À Paris ou à Lyon

 **1590 €**

*Tous nos tarifs sont **NETS** : TVA non applicable, article 293 B du CGI (exonération des organismes de formation de TVA)*



### CONTACTS

responsable inter en intra : Chrystel Belvisi

tél : +33 (0) 950 05 60 60

fax : +33 (0) 979 94 79 40

email : [info@capitecorpus.com](mailto:info@capitecorpus.com)