

Ateliers Boostez vos ventes avec la Géométrie Comportementale®



• PUBLIC :

Commerciaux tous domaines

Dispositif Personnes
handicapées

• PREREQUIS :

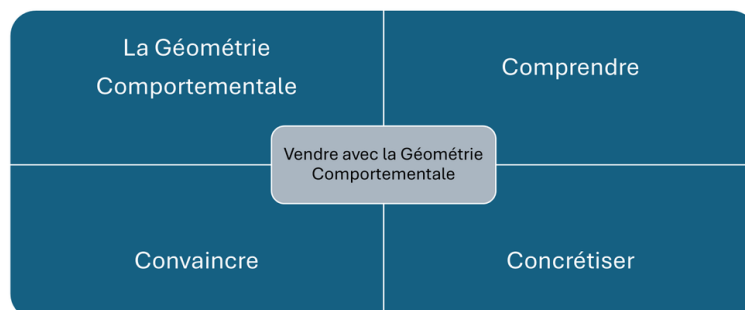
Avec ou sans Expérience de la
vente

• OBJECTIF :

Développer des pratiques
opérationnelles de commerce
en vente de produits et de
service grâce à la géométrie
comportementale

• COMPETENCES VISEES :

Les Ateliers



I Programme atelier la géométrie comportementale

- Découvrir les 3 formes géométriques de base : le carré, le rond et le triangle
- Appréhender les 7 géo types clientèle
- Identifier les attitudes à adopter face à chaque géo type

• Situations particulières traitées 😊:

- Trouver les profils de clients rentrant au bout de qq minutes
- Déceler le profil d'un acheteur au bout de qq minutes d'entretien

-négociateur, vente, analyste,
tacticien, écoute,
communiquant

- PERFORMANCES
VISEES

-s'adapter à tout type de
clientèle

-se synchroniser plus
rapidement à une clientèle et
développer une connexion

-Créer un climat de confiance
propice à une relation
commerciale durable avec son
client

-augmenter le volume des
ventes

- METHODES
UTILISEE

La géométrie
comportementale, jeux de rôle,
vidéos, photo langage, étude
de cas, brainstorming, ateliers
de mise en pratique

- MODALITES
D'EVALUATION

Evaluation Géométrie
Comportementale, de
l'acquisition des connaissances
au travers des exercices
pratiques. QCM en début et
en fin de formation

II Programme atelier : Comprendre :

- Différence entre vente debout et vente assise
- Intérêt pour client/Concentration/Attention
- Utilité d'une introduction avec un C.O.M.A
- Le cadre de référence et les apriori :
- Les 2 types de questions clés : questions ouvertes et qualitatives
- La reformulation

- Situations particulières traitées 😊:

- L'animateur va chercher à acheter un bien ou un service et va devoir répondre aux questions d'un ou plusieurs stagiaires

III Programme atelier : Convaincre :

- Différence entre bien matériel et service immatériel
 - Bien matériel : montrer, faire toucher, faire essayer
 - Bien immatériel : faire visualiser, plan, plaquette
- Importance primordiale de la confiance
- Leviers : Sécurité, Economie, Innovation, Considération, Confort
- Présentation :
 - A qui cela sert?
 - Comment cela s'appelle ?
 - Comment cela marche ?
 - Combien cela coute ?

- Situations particulières traitées 😊:

- L'animateur se fait présenter une proposition par les stagiaires qui vont devoir appliquer la méthodologie vue précédemment.

- DUREE

2 jours ou 4 x 3H 30

COUT :

500 TC / session de
3H30 (demi-journée)
avec 10 stagiaires maxi
ou 2000€ TC pour 4
sessions sur 2 jours

IV Programme atelier : Convaincre :

- Le traitement des objections :
 - Accepter l'objection : Comprendre que le prix est un élément déterminant pour le client et le traiter avec empathie
 - Faire préciser ce qu'il entend par trop cher
 - Choisir l'argument opportun : expliquer le ou les éléments qui sont déterminants dans le prix proposé
- Inviter à l'engagement :
 - Profils "Rond " : les inciter à se décider
 - Profils "triangle" : Susciter l'adhésion "cela vous convient-il?"
 - Profils carré" : S'assurer qu'il ne lui manque pas des informations avant de s'engager
- Situations particulières traitées 😊:
- L'animateur va mettre en avant un certain nombre d'objections devant chaque propositions des stagiaires en adoptant un profil



Philippe MENAGER