

CATALOGUE 2025

FORMATIONS

BUSINESS DEVELOPPEMENT



Développement des
compétences

Certification

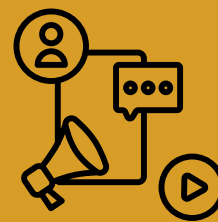
Hardskills et Softskills



Contenus sur-mesure

Stratégie d'apprentissage
digitales

Conception de bagages



Parcours et formats

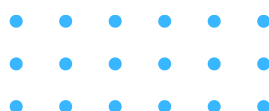
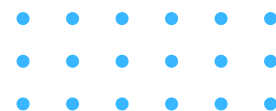
- présentiel
- distanciel
- hybride



À propos

Notre cabinet de formation s'adresse aussi bien à de grandes entreprises, qu'aux ETI ou aux PME, tous secteurs économiques confondus. **Nous partageons avec enthousiasme, nos expertises respectives** : pour vous, celles de votre activité, et pour nous, celles de la pédagogie, et vous accompagnons dans votre stratégie de développement RH : gestion des talents, compétences et mobilités.

WWW.FIDELIAFORMATION.COM



SOMMAIRE

FIDELIA, Formation, votre partenaire expert
en développement des compétences, au
service de l'excellence professionnelle avec
des formations sur mesure et innovantes.



FORMATIONS PERFORMANCES COMMERCIALES

Contactez - nous



FIDELIA Formation, votre partenaire expert
en développement des compétences, au
service de l'excellence professionnelle avec
des formations sur mesure et innovantes.



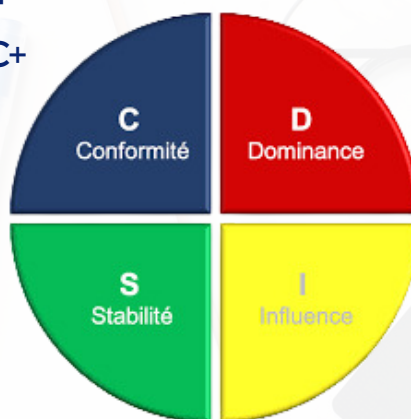
FORMATIONS PERFORMANCES COMMERCIALES

SOMMAIRE

1. Prospection CommercialePage 06
2. La négociation : levier d'efficacité commercialePage 07
3. Développer la recommandation pour développer son portefeuillePage 08
4. Conquête ou reconquête de clients distanciés ou inactifsPage 09
5. Bâtir un plan d'action commercialPage 10
6. Stratégie anti-résiliation et attrition des clientsPage 11
7. Prospection commerciale 2Page 12
8. Multi équipement, fidélisation et développement du portefeuillePage 13
9. Piloter et développer son portefeuille de clientsPage 14
10. Conquérir et prospecter pour développer son portefeuillePage 15
11. Prospecter et vendre par téléphonePage 16
12. Professionnaliser sa relation clientPage 17
13. Gérer efficacement les situations commerciales difficilesPage 18
14. S'approprier les clés d'une vente complexePage 19
15. Augmenter son impact commercial grâce au storytelling et au pitchPage 20
16. Renforcer votre efficacité au moment du closing de ventePage 21
17. Vente et relation client pour non-commerciauxPage 22
18. Vendre mieux à l'ère des réseaux sociauxPage 23
20. Concevoir, mettre en place et piloter sa stratégie commercialePage 24
21. KEY ACCOUNT MANAGER : prospecter et vendre aux grands comptesPage 25
22. Développer ses talents de négociateurPage 26
23. Soft skills pour commerciaux : les indispensablesPage 27
24. Professionnels de la vente en magasin ou boutique (retail)Page 28

SOMMAIRE

25. Professionnels de la vente immobilièrePage 29
26. Professionnaliser son accueil physique et/ou téléphoniquePage 30
27. Communiquer et présenter son offre de façon impactantePage 31
28. Maîtriser la vente consultativePage 32
29. Vendre avec le modèle DISC+ : comprendre les profils clientsPage 33
30. Optimiser le closing en fonction des profils DISC+Page 34
31. Gérer les objections avec le DISC+Page 35
32. Fidéliser ses clients grâce à l'approche DISC+Page 36



PROSPECTION COMMERCIALE EFFICACE



Objectifs pédagogiques

1. Obtenir les coordonnées et engager le dialogue avec le décisionnaire.
2. Convaincre en étant soi-même convaincu.
3. Élaborer un agenda de prospection et un tableau de suivi des indicateurs.
4. Augmenter son nombre de rendez-vous clients



Séquences clés

- Anticiper les réactions et préparer l'historique client pour des RDV sans surprises.
- Valoriser son offre : maîtriser et justifier ses prix pour renforcer la perception de valeur
- Définir sa stratégie de négociation : connaître ses marges, sa MESORE et les contreparties possibles.
- Valoriser son offre : justifier ses prix pour renforcer la perception de valeur.
- Maîtriser le timing et la posture : adapter la durée des RDV, gérer les tactiques de déstabilisation et rester fair play.
- Appliquer les règles d'or : commencer haut, avancer par petits pas et conclure efficacement.

Activités pédagogiques



- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



LA NÉGOCIATION : LEVIER D'EFFICACITÉ COMMERCIALE



Objectifs pédagogiques

1. Maîtriser les techniques de négociation pour augmenter les ventes.
2. Identifier les leviers de persuasion pour convaincre efficacement.
3. Gérer les objections et conclure de manière gagnant-gagnant.
4. Appliquer des techniques de persuasion adaptées au client.



Séquences clés

- Anticiper les réactions et préparer l'historique client : solder les litiges passés et prévoir les réactions pour un RDV sans surprises.
- Définir ses marges de manœuvre et valoriser son offre: identifier sa MESORE (Meilleure Solution de Repli) et comprendre les contreparties possibles, maîtriser et justifier ses prix pour renforcer la perception de valeur.
- Optimiser le timing des RDV : adapter la durée et le moment de la négociation pour maximiser l'impact sur la décision.
- Construire sa stratégie, appliquer les règles d'or de la négociation : commencer haut, avancer par petits pas, et obtenir des contreparties pour sécuriser l'accord. Maintenir une posture et stratégie gagnantes : gérer les tactiques de déstabilisation, rester fair play, et adapter sa négociation pour conclure efficacement.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



DÉVELOPPER LA RECOMMANDATION

Objectifs pédagogiques



1. Maîtriser les techniques de négociation pour augmenter les ventes.
2. Identifier les leviers de persuasion pour convaincre efficacement.
3. Gérer les objections et conclure de manière gagnant-gagnant.
4. Appliquer des techniques de persuasion adaptées au client.



Séquences clés

- Analyser la situation actuelle : étudier le marché, segmenter la clientèle, évaluer les performances, définir les objectifs commerciaux, établir des objectifs SMART, prioriser et fixer des indicateurs de performance.
- Élaborer le plan d'action : déterminer les actions clés, allouer les ressources et établir un calendrier.
- Mettre en œuvre le plan : lancer les actions, communiquer avec l'équipe et ajuster en temps réel.
- Suivre et mesurer la performance : collecter des données, analyser les écarts, organiser des points de contrôle.
- Évaluer et ajuster le plan : faire une évaluation finale, tirer les enseignements et adapter pour l'avenir.

Activités pédagogiques



- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



CONQUÊTE OU RECONQUÊTE DE CLIENTS DISTANCIÉS OU INACTIFS



Objectifs pédagogiques

1. Identifier les clients distanciés et comprendre les raisons de leur inactivité.
2. Créer un plan de reconquête personnalisé pour chaque client.
3. Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de conquête et de fidélisation client
4. Fidéliser les clients reconquis pour éviter de nouvelles pertes.



Séquences clés

- Comprendre l'importance de la rétention : fidéliser les clients distraits face à la concurrence et maximiser les bénéfices.
- Mettre en place une stratégie de reconquête : élaborer un programme de marketing pour réengager les clients inactifs, engager les clients par le feedback, solliciter des retours pour maintenir leur engagement et traiter immédiatement les avis négatifs.
- Élaborer des messages et offres personnalisées pour les relancer.
- Appliquer des techniques de réengagement lors des interactions.
- Promouvoir le programme de fidélité : inviter les clients inactifs à rejoindre et bénéficier des avantages de fidélité.
- Attirer avec des offres spéciales.

Activités pédagogiques



- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



BÂTIR UN PLAN D'ACTION COMMERCIAL



Objectifs pédagogiques

1. Définir les objectifs et priorités du plan d'action commercial.
2. Planifier des actions commerciales concrètes et chronologiques.
3. Utiliser des outils de suivi pour mesurer l'avancement.
4. Analyser les résultats et adapter le plan en continu..
5. Suivre les indicateurs de performance et ajuster le plan.



Séquences clés

1. Analyser la situation actuelle : évaluer marché, clients, et performances.
2. Définir des objectifs SMART : fixer des objectifs clairs et mesurables.
3. Identifier les cibles prioritaires : segmenter les clients et prospects.
4. Élaborer des actions concrètes : définir et organiser les actions commerciales.
5. Planifier et organiser les actions dans le temps
6. Établir un calendrier de mise en œuvre avec des étapes clés.
7. Prévoir des jalons de suivi pour assurer le respect des délais.
8. Suivre et évaluer les résultats du plan d'action
9. Définir des indicateurs de performance (KPIs) pour chaque action.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.



STRATÉGIE ANTI-RÉSILIATION ET ATTRITION DES CLIENTS

Objectifs pédagogiques



1. Comprendre les stratégies clés pour réduire le churn et fidéliser les clients.
2. Identifier les avantages d'une rétention client efficace pour la croissance de l'entreprise et appliquer les meilleures pratiques pour répondre aux attentes et renforcer la satisfaction des clients.
3. Développer une approche proactive pour anticiper et résoudre les problèmes clients.

Séquences clés



- Explorer les stratégies anti-churn : découvrir et analyser les 7 stratégies clés pour réduire le taux de churn.
- Évaluer les bénéfices de la rétention : comprendre l'impact positif d'une rétention client solide sur les performances de l'entreprise.
- Étudier les meilleures pratiques de rétention : examiner des exemples concrets de stratégies de fidélisation réussies, réagir efficacement aux problèmes et développer des compétences pour assurer une assistance client rapide et exemplaire.
- Personnaliser et récompenser la fidélité : apprendre à adapter l'expérience client et récompenser les clients fidèles.
- Simplifier, innover pour fidéliser et identifier des moyens d'amélioration continue de l'expérience client.

Activités pédagogiques



- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



PROSPECTION COMMERCIALE 2

Objectifs pédagogiques



1. Structurer une stratégie de prospection ciblée et efficace.
2. Obtenir des rendez-vous qualifiés en suscitant l'intérêt.
3. Optimiser le premier entretien pour convaincre.
4. Assurer un suivi régulier et efficace.

Transformer chaque contact en apporteur d'affaires.

Séquences clés



- Organiser sa prospection : identifier les cibles, constituer un fichier de prospection, et choisir les moyens adaptés (directs et indirects).
- Obtenir des rendez-vous qualifiés : qualifier les interlocuteurs, franchir les barrages et rebondir sur les objections pour décrocher des rendez-vous.
- Entraînement à la prise de rendez-vous : pratiquer des techniques pour améliorer sa visibilité (LinkedIn, mails) et obtenir des rendez-vous.
- Réussir le premier entretien prospect : maîtriser les comportements, questionner pour identifier les besoins et conclure positivement l'entretien.
- Assurer le suivi de prospection : créer un plan de relance, maintenir un contact régulier et transformer les clients en relais de recommandation.

Activités pédagogiques



- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



MULTI ÉQUIPEMENT, ET CROSS SELLING



Objectifs pédagogiques

1. Identifier les opportunités de multi-équipement des clients.
2. Développer des techniques pour fidéliser et élargir le portefeuille client.
3. Intégrer les techniques de cross selling et up selling et adapter son argumentaire aux besoins du client,
4. Gérer et traiter les objections efficacement.



Séquences clés

- Revoir les fondamentaux de la vente : rappeler les étapes clés et la structure d'un entretien de vente.
- Appliquer les techniques de cross selling : intégrer des ventes complémentaires et maximiser chaque opportunité.
- Utiliser le up selling pour monter en gamme : oser proposer des produits de gamme supérieure.
- Adapter son argumentaire : capitaliser sur le profil client et ajuster les arguments.
- Réfuter les objections : comprendre et utiliser différentes méthodes de gestion des objections et discerner les signaux d'achat, choisir la meilleure méthode de conclusion.

Activités pédagogiques



- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



PILOTER ET DÉVELOPPER SON PORTEFEUILLE DE CLIENTS



Objectifs pédagogiques

1. Comprendre la composition et la segmentation d'un portefeuille prospects/clients.
2. Adapter les actions commerciales aux différents segments de clientèle.
3. Développer des techniques de prospection pour obtenir des RDV qualifiés.
4. Élaborer un plan d'action structuré et équilibré entre prospection et fidélisation.
5. Mettre en place un suivi des performances pour une amélioration continue.



Séquences clés

- Constituer et segmenter le portefeuille : identifier les catégories de prospects/clients et établir une typologie.
- Adapter les actions commerciales : choisir les actions spécifiques (mailing, phoning) selon les segments de clientèle.
- Préparer et réussir la prospection : définir le prospect, structurer l'argumentaire et obtenir des RDV qualifiés, élaborer un plan d'action et définir les actions prioritaires à court, moyen et long terme.
- Utiliser le système d'information commercial : évaluer les forces/faiblesses du système et ajuster les actions, assurer le suivi et l'amélioration continue, mettre en place des indicateurs de performance et adapter le plan d'action.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



CONQUÉRIR ET PROSPECTER POUR DÉVELOPPER



Objectifs pédagogiques

1. Maîtriser les méthodes utiles pour préparer et organiser sa prospection
2. Capter son interlocuteur par les techniques de communication rapide
3. Préparer ses scénarios et optimiser chaque prise de contact
4. Gérer ses actions de prospection dans le temps et les mesurer



Séquences clés

- Préparation et organisation de la prospection : analyser son portefeuille, cibler les secteurs et entreprises, inventorier les outils et créer un fichier de prospects (Exercice : SWOT, matrice ABC).
- Rendre son message impactant : maîtriser les techniques de communication rapide et l'Elevator Pitch, pratiquer l'écoute active (Mise en situation : préparation d'un pitch en deux minutes).
- Élaborer ses argumentaires et outils : définir les scénarios de prospection, choisir les outils et supports pour aligner actions et matériel
- Prospecter par téléphone : préparer des scripts d'appels, organiser la prospection et analyser les résultats et organiser un suivi de prospection efficace.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



PROSPECTER ET VENDRE PAR TÉLÉPHONE



Objectifs pédagogiques

1. Maîtriser la communication adaptée pour une prospection téléphonique efficace.
2. Développer une organisation solide pour optimiser la prise de rendez-vous.
3. Apprendre à surmonter les obstacles téléphoniques, notamment les barrages.
4. Savoir argumenter et traiter les objections pour convaincre.
5. Évaluer et optimiser sa performance de prospection téléphonique.



Séquences clés

- Adapter sa communication téléphonique : comprendre la dynamique, le rythme et personnaliser la relation.
- Organiser sa prospection et prise de rendez-vous : définir les critères, fixer les objectifs et identifier les leviers de motivation.
- Réussir l'appel de prospection : susciter l'intérêt, traiter les objections, et conclure positivement, déjouer le barrage téléphonique : utiliser des stratégies et astuces pour surmonter les obstacles.
- Argumenter et gérer les objections : adopter le bon rythme, reformuler et proposer des solutions avantageuses, évaluer l'efficacité de la prospection, définir des indicateurs de suivi et actions d'amélioration.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



PROFESSIONNALISER SA RELATION CLIENT



Objectifs pédagogiques

1. Intégrer les composantes essentielles de la relation client dans ses pratiques.
2. Communiquer efficacement pour instaurer un climat de confiance avec les clients.
3. Offrir une qualité d'accueil physique et téléphonique professionnelle.
4. Gérer les situations difficiles et les réclamations clients avec calme.
5. Développer une posture positive et rassurante en relation client.



Séquences clés

- Découvrir les composantes de la relation client : identifier les profils clients et leurs attentes pour personnaliser la relation.
- Développer une communication positive : éviter les erreurs de langage et rassurer le client, instaurer une relation de confiance, assurer un service de qualité et adopter des postures adaptées.
- Questionner et reformuler pour accroître la satisfaction : structurer les échanges en face à face et par téléphone, assurer une communication non verbale efficace, renforcer la confiance grâce à des postures adaptées en face à face.
- Gérer les situations difficiles : répondre aux réclamations, dire non sans agressivité et désamorcer les conflits.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



GÉRER LES SITUATIONS COMMERCIALES DIFFICILES



Objectifs pédagogiques

1. Comprendre la nature et les mécanismes des conflits clients.
2. Identifier les types de conflits et leurs facteurs déclencheurs.
3. Développer des stratégies adaptées pour gérer les clients difficiles.
4. Maîtriser les techniques de communication et de négociation en situation de conflit.
5. Gérer son stress et rester calme pour apaiser les tensions.



Séquences clés

- Appréhender le fonctionnement des conflits : comprendre les principes, types et facteurs déclencheurs des conflits.
- Explorer les stratégies de gestion des conflits : distinguer entre évitement, désamorçage et affrontement.
- Adopter une procédure pour les conflits simples : gérer efficacement les demandes délicates en face à face, utiliser une communication active, poser les bonnes questions, reformuler, et choisir les bons arguments.
- Négocier en situation de conflit : suivre les étapes de la négociation et hiérarchiser les problèmes, gérer son stress et maîtriser ses émotions, adopter les gestes justes et attitudes pour apaiser les tensions et faire preuve d'empathie.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



S'APPROPRIER LES CLÉS D'UNE VENTE COMPLEXE



Objectifs pédagogiques

1. Développer un réseau de contacts internes et externes avec valeur ajoutée.
2. Identifier les influenceurs et établir des relations pérennes.
3. Maîtriser les processus de vente complexe et de gestion d'opportunités.
4. Appliquer des méthodes de networking stratégique et d'influence.
5. Évaluer et analyser le pouvoir relationnel pour maximiser l'impact.



Séquences clés

- Gérer et valoriser le réseau de contacts : créer un capital relationnel stratégique en identifiant les influenceurs.
- Établir une stratégie de vente complexe : comprendre le circuit de décision, les rôles et les moteurs d'achat.
- Comprendre le fonctionnement de l'entreprise, identifier les acteurs impliqués : l'influenceur, le sponsor, le décideur.
- Identifier les problèmes rencontrés et construire son offre en collaboration avec le client.
- Créer une relation avec le client.
- Networking en équipe, analyser le pouvoir et l'influence, repérer les influents et gérer les dynamiques de pouvoir.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



AUGMENTER SON IMPACT GRÂCE AU STORYTELLING ET AU PITCH



Objectifs pédagogiques

1. Comprendre les notions et différences entre storytelling et pitch.
2. Construire un pitch impactant et adapté au client.
3. Développer un storytelling efficace pour capter l'attention.
4. Adapter le storytelling aux différentes phases de la vente.
5. Pratiquer et perfectionner ses techniques de pitch et storytelling.



Séquences clés

- Découvrir le storytelling et le pitch : objectifs, caractéristiques et différences entre les deux approches.
- Construire un pitch impactant : développer une accroche, une promesse de valeur, et des solutions différenciantes.
- Pratiquer le pitch elevator : créer et tester un pitch elevator dans des exercices pratiques.
- Maîtriser l'art du storytelling : renforcer l'adhésion, convaincre et mettre en avant ses compétences.
- Utiliser le storytelling en phase de découverte : concevoir un storytelling adapté aux besoins clients, appliquer le storytelling en argumentation et objections, créer et tester un storytelling impactant pour persuader lors des objections.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



RENFORCER L'EFFICACITÉ DU CLOSING DE VENTE



Objectifs pédagogiques

1. Développer une écoute et observation attentive pour identifier les signaux d'achat.
2. Maîtriser les techniques de closing pour conclure efficacement.
3. Répondre aux objections et rassurer les clients en cas de doute.
4. Adopter une attitude positive pour lever les derniers freins.
5. Assurer le suivi post-closing pour renforcer la fidélisation.



Séquences clés

- Écouter et observer le client : reformuler les points d'accord, interpréter les signaux non verbaux et éviter de monopoliser la parole.
- Préparer le closing : anticiper les obstacles et repérer les signaux d'achat pour amorcer la conclusion.
- Répondre aux objections : maîtriser les réponses aux objections tarifaires et diverses pour rassurer le client.
- Mettre en œuvre un closing réussi : appliquer les étapes du closing, lever les freins et concrétiser l'accord, assurer le suivi post-closing,
- Transmettre les informations en interne et utiliser des outils de fidélisation.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



VENTE ET RELATION CLIENT POUR NON-COMMERCIAUX



Objectifs pédagogiques

1. Adopter les postures et attitudes pour une relation client de qualité.
2. Maîtriser les étapes clés du processus de vente.
3. Instaurer un climat de confiance et communiquer efficacement.
4. Argumenter de manière centrée client et traiter les objections.
5. Assurer la satisfaction client et conclure des ventes "gagnant-gagnant".



Séquences clés

- Comprendre les bases de la relation client : découvrir les composantes, profils de clientèle et attentes, développer une communication positive, éviter les pièges et rassurer le client pour instaurer la confiance.
- Préparer et réussir les étapes de la vente : planifier l'entretien, découvrir les besoins et poser les objectifs.
- Argumenter efficacement : présenter l'offre, percevoir les réactions et adapter l'argumentation, traiter les objections et négocier, rédiger des contre-arguments et identifier les arguments de négociation.
- Conclure la vente et assurer la satisfaction : conclure avec une approche gagnant-gagnant et vérifier la satisfaction du client.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



VENDRE MIEUX À L'ÈRE DES RÉSEAUX SOCIAUX



Objectifs pédagogiques

1. Construire une proposition de valeur unique et personnalisée.
2. Développer son réseau professionnel en ligne et hors ligne.
3. Optimiser son image et sa visibilité sur les réseaux sociaux.
4. Utiliser les outils de prospection numériques pour générer des leads.
5. Améliorer l'écoute active et la veille commerciale pour capter les besoins clients.



Séquences clés

- Élaborer sa proposition de valeur : définir et structurer une Unique Value Proposition (UVP) adaptée au client.
- Personnaliser et présenter son pitch : adopter une approche personnalisée pour un pitch commercial convaincant.
- Développer son réseau et optimiser son image : networking et personal branding sur les réseaux sociaux.
- Miser sur le social selling et le content marketing : utiliser les réseaux sociaux et du contenu à valeur ajoutée pour vendre efficacement.
- Rédiger et prospecter en ligne : écrire des emails percutants et utiliser des outils de prospection payants et gratuits.
- Coordonner les canaux et surveiller le marché

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



CONCEVOIR, METTRE EN PLACE ET PILOTER SA STRATÉGIE



Objectifs pédagogiques

1. Définir les priorités commerciales en lien avec la stratégie.
2. Analyser le marché pour déterminer les priorités stratégiques.
3. Élaborer un business plan aligné avec les objectifs de vente.
4. Déployer le plan d'action commercial de manière structurée.
5. Piloter et suivre les actions commerciales avec des outils de suivi.



Séquences clés

- Traduire la stratégie en priorités commerciales : fixer les objectifs commerciaux et définir les ressources nécessaires.
- Analyser le marché et le portefeuille : évaluer clients, produits, et maturité RSE ; créer une matrice SWOT.
- Construire le business plan : définir les actions à partir des objectifs commerciaux établis.
- Planifier les actions : déterminer les actions spécifiques pour clients, marketing et management.
- Communiquer et mobiliser : formaliser le plan d'action et impliquer l'équipe dans les objectifs RSE.
- Suivre les résultats : utiliser un tableau de bord et des outils d'IA pour piloter l'avancement.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



K.A.MANAGER : PROSPECTER ET VENDRE AUX GRANDS COMPTES



Objectifs pédagogiques

1. Comprendre les processus d'achat spécifiques aux grands comptes.
2. Structurer une stratégie commerciale adaptée aux grands comptes.
3. Préparer et encadrer efficacement les négociations.
4. Conduire les négociations avec une approche gagnant-gagnant.
5. Assurer le suivi post-négociation pour fidéliser les grands comptes.



Séquences clés

- Découvrir les processus d'achat grands comptes : comprendre les spécificités de la relation et l'évolution des méthodes d'achat.
- Développer une stratégie commerciale : définir une approche structurée, réaliser un plan de compte, et monter un plan de fidélisation.
- Préparer la négociation : cadrer les objectifs, définir les marges de manœuvre et structurer ses propositions.
- Conduire la négociation : adapter ses propositions, valoriser les éléments de prix et gérer les blocages.
- Conclure la négociation : verrouiller l'accord, établir un calendrier de suivi et planifier les actions futures.
- Développer une vision prospective : élaborer les outils de suivi (planning, tableau de bord) et renforcer le réseau professionnel.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



DÉVELOPPER SES TALENTS DE NÉGOCIATEUR



Objectifs pédagogiques

1. Améliorer son potentiel de négociateur pour optimiser les résultats.
2. Maîtriser les techniques de questionnement, d'écoute et d'argumentation en négociation.
3. Gérer efficacement les objections pour maintenir une dynamique constructive.
4. Conclure la négociation avec professionnalisme pour consolider la relation.
5. Développer sa personnalité de négociateur pour une approche assertive et sereine.



Séquences clés

- Identifier les styles de négociateurs : analyser les styles, comprendre les techniques et définir les objectifs de chaque négociation.
- Optimiser la prise de contact : créer une atmosphère constructive et décoder le comportement non verbal.
- Structurer son questionnement et son écoute : maîtriser l'écoute active et adapter le questionnement pour mieux cerner les besoins du client.
- Argumenter efficacement : choisir et structurer les arguments en fonction des motivations du prospect.
- Gérer les objections : comprendre les objections et adopter des réponses adaptées pour surmonter les freins.
- Conclure et renforcer sa personnalité de négociateur : conclure au bon moment, gérer le stress et adopter une posture assertive.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



SOFT SKILLS POUR COMMERCIAUX : LES INDISPENSABLES



Objectifs pédagogiques

1. Développer une meilleure connaissance de soi pour améliorer son impact commercial.
2. Renforcer son intelligence émotionnelle et sa résilience en vente.
3. Collaborer efficacement avec l'équipe pour monter en compétences.
4. Améliorer la relation client grâce à l'écoute et l'empathie.
5. Utiliser le storytelling et l'analyse concurrentielle pour convaincre.



Séquences clés

- Se connaître en tant que commercial : explorer la perception de soi, la réflexivité et la gestion du stress.
- Développer son intelligence émotionnelle : identifier et gérer ses émotions pour améliorer sa solidité commerciale, pratiquer la résilience, apprendre à garder une attitude positive face aux échecs et aux difficultés.
- Renforcer la persévérance : persister malgré les refus et rester motivé pour atteindre ses objectifs, développer la curiosité, poser des questions pertinentes pour identifier les besoins des clients.
- Appliquer l'intelligence émotionnelle : comprendre et gérer ses émotions et celles des autres pour être productif.
- Améliorer la communication : adapter son message aux interlocuteurs et maîtriser le storytelling, maîtriser le storytelling et l'analyse concurrentielle, convaincre en utilisant des récits percutants et en comprenant le marché.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



PROFESSIONNELS DE LA VENTE EN MAGASIN OU BOUTIQUE



Objectifs pédagogiques

1. Optimiser le point de vente et la vitrine pour accroître les ventes.
2. Développer des compétences en merchandising pour séduire et convaincre le client.
3. Conduire un entretien de vente structuré et adapté aux besoins du client.
4. Fidéliser le client en offrant un service de qualité et en concluant efficacement.
5. Suivre et analyser ses résultats de vente pour ajuster ses actions.



Séquences clés

- Conduire un entretien de vente en magasin : découvrir les besoins, identifier les freins et proposer des solutions adaptées.
- Présenter le produit avec impact : appliquer les principes de l'argumentation, faire des démonstrations et gérer les présentations multiples.
- Adapter sa communication : employer un discours positif, pratiquer l'écoute active et susciter la confiance.
- Conclure et fidéliser le client : rassurer après l'achat, informer sur les événements et réussir la prise de congé.
- Consolider l'expérience client en magasin : traiter les réclamations, accompagner dans la recherche de solutions et animer la communauté virtuelle.
- Organiser sa journée de vente : suivre les ventes, analyser les écarts, et proposer des actions correctives en lien avec les objectifs.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



PROFESSIONNELS DE LA VENTE IMMOBILIÈRE



Objectifs pédagogiques

1. Appliquer les règles éthiques et déontologiques des professions immobilières.
2. Organiser la prospection pour obtenir des mandats de vente ou de location.
3. Maîtriser les techniques de négociation avec vendeurs et acquéreurs.
4. Optimiser les visites et l'argumentation pour convaincre les acheteurs.
5. Assurer la conclusion de la vente et entretenir la relation client.



Séquences clés

- Comprendre les règles déontologiques et éthiques : champs d'application, respect des lois, transparence et confidentialité.
- Structurer la prospection immobilière : identifier les biens, fixer le prix de vente et organiser les signatures de mandats.
- Négocier avec vendeurs et acquéreurs : définir les objectifs, comprendre les motivations et installer la confiance.
- Préparer et conduire les entretiens : prise de contact, découverte des besoins et argumentation.
- Optimiser les visites : préparer la visite, sélectionner les arguments et traiter les objections.
- Conclure et finaliser la vente : vérification de solvabilité, offre d'achat, compromis et acte authentique.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



PROFESSIONNALISER SON ACCUEIL PHYSIQUE ET/OU TÉLÉPHONIQUE



Objectifs pédagogiques

1. Adopter les attitudes professionnelles pour un accueil de qualité.
2. Maîtriser les techniques de communication pour établir un contact positif.
3. Personnaliser l'accueil en fonction des besoins spécifiques de chaque interlocuteur.
4. Gérer les situations difficiles et les objections de manière constructive.
5. Fidéliser les clients en garantissant une expérience d'accueil agréable et mémorable.



Séquences clés

- Comprendre les fondamentaux de l'accueil professionnel : identifier les attentes clients, soigner la première impression.
- Maîtriser les techniques de communication : pratiquer l'écoute active, poser des questions pertinentes et utiliser un langage positif.
- Personnaliser l'interaction : adapter le ton et le message en fonction du profil de l'interlocuteur.
- Gérer les situations délicates : techniques pour gérer le stress, désamorcer les conflits et répondre aux objections.
- Assurer un suivi de qualité : clôturer l'interaction positivement et donner suite aux demandes.
- Pratiquer en situation réelle : exercices de mise en situation et jeux de rôle pour simuler des scénarios d'accueil.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



COMMUNIQUER ET PRÉSENTER SON OFFRE DE FAÇON IMPACTANTE



Objectifs pédagogiques

1. Structurer une présentation claire et convaincante de l'offre.
2. Développer un argumentaire centré sur les besoins du client.
3. Maîtriser les techniques de communication pour captiver l'audience.
4. Adapter le discours en fonction du profil et des attentes de l'interlocuteur.
5. Conclure la présentation en renforçant l'intérêt pour l'offre.



Séquences clés

- Préparer la présentation de l'offre : analyser le public cible et identifier les points clés à présenter.
- Développer un argumentaire centré client : lier caractéristiques, avantages et bénéfices aux besoins spécifiques du client.
- Structurer un discours percutant : organiser les idées pour susciter l'attention et maintenir l'intérêt.
- Utiliser les techniques de communication impactantes : travail sur la voix, l'intonation et le langage corporel.
- Adapter la présentation en temps réel : ajuster le discours en fonction des réactions et questions de l'audience.
- Conclure et inciter à l'action : synthétiser les points forts et inviter l'interlocuteur à passer à l'action.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



MAITRISER LA VENTE CONSULTATIVE



Objectifs pédagogiques

1. Comprendre les principes de la vente consultative et leur importance.
2. Identifier les besoins profonds du client pour proposer des solutions adaptées.
3. Adopter une posture de conseiller et non de vendeur.
4. Personnaliser l'argumentation en fonction des attentes spécifiques du client.
5. Construire une relation de confiance pour un partenariat durable.



Séquences clés

- Découvrir les fondamentaux de la vente consultative : comprendre ses spécificités par rapport aux autres méthodes de vente.
- Analyser les besoins et motivations du client : poser des questions ouvertes, écouter activement et reformuler les attentes.
- Adopter une posture de conseiller : se positionner comme un partenaire et non comme un simple vendeur.
- Personnaliser l'argumentation : adapter les solutions et bénéfices proposés aux attentes uniques du client.
- Gérer les objections avec bienveillance : traiter les objections comme des opportunités de conseil.
- Conclure en renforçant la relation : synthétiser les bénéfices, rassurer le client et poser les bases d'une relation de confiance.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



VENdre AVEC LE MODÈLE DISC+ : COMPRENDRE LES PROFILS CLIENTS



Objectifs pédagogiques

1. Comprendre les bases du modèle DISC+ et ses profils.
2. Identifier les profils DISC+ des clients pour adapter son approche.
3. Adapter sa communication en fonction du profil comportemental du client.
4. Personnaliser l'argumentation en tenant compte des attentes et besoins spécifiques de chaque profil.
5. Améliorer la relation client en utilisant le modèle DISC+ pour créer de l'engagement.



Séquences clés

- Découvrir le modèle DISC+ : introduction aux différents profils comportementaux et à leurs caractéristiques principales.
- Identifier le profil DISC+ du client : apprendre à repérer les signaux permettant de déduire le profil d'un client.
- Adapter sa communication : ajuster le ton, le rythme et le style en fonction du profil DISC+ du client.
- Personnaliser l'argumentation : mettre en avant les bénéfices de l'offre en fonction des attentes spécifiques de chaque profil.
- Gérer les objections selon le profil DISC+ : traiter les objections de manière personnalisée en fonction des sensibilités des profils.
- Conclure et renforcer la relation client : adapter la conclusion et le suivi selon le profil DISC+ pour fidéliser le client.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



OPTIMISER LE CLOSING EN FONCTION DES PROFILS DISC+



Objectifs pédagogiques

1. Comprendre les spécificités de chaque profil DISC+ dans le processus de closing.
2. Adapter son approche de closing aux attentes comportementales du client.
3. Identifier les signaux d'achat spécifiques à chaque profil DISC+.
4. Répondre aux objections de façon ciblée en fonction du profil.
5. Conclure la vente en créant un impact positif et personnalisé.



Séquences clés

- Analyser les profils DISC+ et leurs spécificités au closing : comprendre les préférences et attentes de chaque profil lors de la phase de conclusion.
- Repérer les signaux d'achat selon le profil : identifier les indices de décision d'achat propres à chaque profil DISC+.
- Adapter son style de communication pour le closing : ajuster le ton et les arguments pour répondre aux sensibilités comportementales.
- Répondre aux objections en fonction du profil : personnaliser les réponses aux objections pour chaque type DISC+.
- Utiliser des techniques de closing adaptées : mettre en œuvre des méthodes de conclusion alignées sur les attentes de chaque profil.
- Assurer un suivi post-closing personnalisé : renforcer la satisfaction client en fonction des besoins et attentes DISC+ après la vente.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



GÉRER LES OBJECTIONS AVEC LE DISC+



Objectifs pédagogiques

1. Comprendre les types d'objections en fonction des profils DISC+.
2. Identifier les besoins et préoccupations spécifiques de chaque profil.
3. Adapter ses réponses aux objections en fonction du profil DISC+.
4. Développer des techniques pour rassurer chaque type de client.
5. Renforcer la relation client en transformant les objections en opportunités.



Séquences clés

- Découvrir les objections typiques selon le DISC+ : comprendre les objections les plus courantes pour chaque profil comportemental.
- Repérer les préoccupations et besoins : identifier les attentes et points sensibles des profils DISC+ lors des objections.
- Adapter sa communication en réponse aux objections : ajuster le ton et les arguments pour apaiser les réticences de chaque profil.
- Utiliser des techniques spécifiques de gestion des objections : appliquer des méthodes pour rassurer chaque type de profil DISC+.
- Transformer l'objection en opportunité : démontrer la valeur ajoutée de l'offre en répondant aux objections de manière constructive.
- Assurer un suivi personnalisé après l'objection : renforcer la satisfaction et la confiance du client en fonction de son profil DISC+.

Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



FIDÉLISER SES CLIENTS GRÂCE À L'APPROCHE DISC+



Objectifs pédagogiques

1. Comprendre les attentes de fidélisation spécifiques à chaque profil DISC+.
2. Adapter la communication post-vente en fonction du profil du client.
3. Personnaliser le suivi client pour renforcer l'engagement.
4. Anticiper les besoins futurs de chaque profil pour accroître la satisfaction.
5. Créer une relation de confiance durable en utilisant le DISC+.



Séquences clés

- Analyser les préférences de fidélisation selon le DISC+ : identifier les attentes et leviers d'engagement pour chaque profil.
- Adapter sa communication post-vente : personnaliser les messages et interactions en fonction des styles DISC+.
- Personnaliser le suivi et les actions de fidélisation : mettre en place un suivi régulier et pertinent pour chaque profil.
- Anticiper les besoins et opportunités futures : prévoir des offres et solutions alignées sur les comportements de chaque type DISC+.
- Utiliser des techniques de réassurance spécifiques : renforcer la confiance et montrer de l'attention en fonction du profil.
- Évaluer et ajuster la relation client : recueillir des feedbacks et ajuster les interactions pour maintenir la satisfaction à long terme.

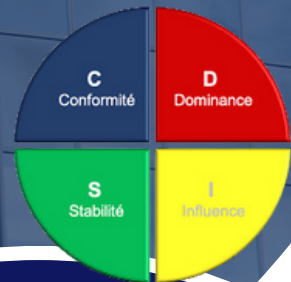
Activités pédagogiques

- Définition des situations clés pour évaluer le niveau réel des collaborateurs pour identifier les leviers de progression et identification des indicateurs à faire progresser et des KPI prioritaires.
- Création des cas pratiques et conception des scénarios d'entraînement adaptés à la réalité terrain.
- Assessment et training intensif puis évaluations et entraînements individualisés.
- Consolidation d'un argumentaire percutant et adapté aux besoins des clients. Sessions d'entraînement accessibles à distance pour plus de flexibilité.
- Atelier de perfectionnement et d'approfondissement des compétences acquises.



FIDELIA FORMATION

BUSINESS DEVELOPPEMENT MANAGEMENT DISC+ VALUES ADV



MANAGEMENT BUSINESS DÉVELOPPEMENT

La formation au service du
développement personnel et
professionnel adaptée à chaque vécu !

- ✓ KPI & ROI : METRICS
- ✓ ATELIERS PRATIQUES
- ✓ ECHANGES - DIAG
- ✓ WORLD CAFE - GROUPES DE PAIRS
- ✓ PARTAGE DE PRATIQUES
- ✓ INTENSIVE TRAINING
- ✓ FORMATION DE FORMATEURS
- ✓ EVALUATIONS DISC+
- ✓ OUTILS PSYCHOMETRIQUES

Contactez - nous

 06 72 57 67 16



www.fideliaformation.com

FIDELIA Formation, votre partenaire expert
en développement des compétences, au
service de l'excellence professionnelle avec
des formations sur mesure et innovantes.

DEMANDEZ

NOS FORMATIONS

SPÉCIALISÉES

NEW SKILLS

MÉTIERS

BANQUE - ASSURANCE

IMMOBILIER