

## VENDRE ET NEGOCIER AVEC LA PROCESS COM

*Parce qu'il est immédiatement opérationnel, le modèle Process Com® élaboré par l'américain Taibi Kahler est aujourd'hui utilisé en entreprise, au plan international.*

*Chaque participant reçoit son inventaire de personnalité et bénéficie des commentaires personnalisés du consultant.*

**Durée** - 21.00 heures

**Public concerné** - Cette formation s'adresse aux : Commercial, Vendeur, Ingénieur commercial, Technico commercial, Chargé d'affaire, Attaché commercial, ...

### Prérequis :

- Avant la formation, le stagiaire répond 15 jours avant le démarrage de la formation à un questionnaire dont le traitement confidentiel par informatique d'établir son inventaire de personnalité. Ce support permet au stagiaire de se situer et de s'approprier les concepts en référence de sa propre personnalité.
- Cette formation s'adresse à toute personne de la fonction commerciale souhaitant développer sa flexibilité relationnelle

### **OBJECTIFS PEDAGOGIQUES**

- Intégrer les outils de la Process Com et la mettre en oeuvre en situation de vente et de négociation
- Mieux se connaître, et développer ses compétences en communication au service de la vente
- Repérer ses conditions de réussite et développer ses talents de vendeur
- Identifier le profil de ses clients et leurs modes de communication préférentiels pour être en phase avec eux
- Comprendre les besoins du client et y répondre avec l'aide de la Process Com
- Développer une communication commerciale individualisée et mettre en oeuvre les stratégies d'action et de relation qui optimisent la communication

### **PROGRAMME DE LA FORMATION**

- **Intégrer les outils de la Process Com et la mettre en oeuvre en situation de négociation**
  - Identifier et comprendre son profil Process Com
  - Identifier ses propres besoins psychologiques et leur impact sur la performance
  - Développer sa flexibilité relationnelle activant les différentes parties de sa personnalité
- **Mieux se connaître pour mieux anticiper ses réactions**
  - Identifier et comprendre son profil psychologique
  - Repérer ses conditions de réussite et savoir les utiliser

- Repérer ses sources de stress pour mieux gérer les situations tendues
  
- **Identifier le profil de ses clients, leurs modes de communication préférentiels pour être en phase avec eux**
  - Identifier les modes de perception de l'environnement et les types de personnalité
  - Utiliser la matrice d'identification pour repérer le type de personnalité de son interlocuteur
  - Comprendre et identifier les situations de "mécommunication" et savoir les résoudre
  
- **Comprendre les besoins du client et y répondre favorablement à l'aide de la Process Com**
  - Déceler les signes révélateurs du type de personnalité de ses clients
  - Identifier les différents besoins psychologiques et leur impact dans la relation commerciale
  - Respecter la préférence relationnelle de son interlocuteur
  - Entrer en communication, établir un contact humain
  - Satisfaire les besoins du client en adaptant sa personnalité à la structure de personnalité du client
  
- **Comprendre les concepts de base de la communication**
  - Qu'est ce que communiquer?
  - Distinguer la manière de dire ce qui est dit
  - Les six types de personnalité et leurs manières spécifiques de communiquer
  - Présentation au bénéficiaire de son Inventaire de Personnalité
  
- **Savoir développer une communication positive**
  - La règle de la communication
  - Les différents modes de perception de l'environnement par chaque type de personnalité
  - La matrice d'identification: reconnaître les signes, attitudes et comportements révélateurs du type de personnalité de son interlocuteur
  
- **Développer et favoriser sa flexibilité relationnelle au service d'une relation commerciale efficace**
  - Les besoins psychologiques: ce qui motive ses interlocuteurs et ce qui les démotive
  - Comment satisfaire les besoins de chacun?
  - Les styles d'interaction préférés de vos interlocuteurs
  
- **Comprendre et gérer ses propres comportements de stress**
  - Le stress négatif comme réponse à la non-satisfaction de nos besoins psychologiques
  - Les scénarios de stress attachés à chaque type de personnalité
  - Les conséquences du stress sur notre efficacité, notre communication, notre management
  
- **Savoir gérer les situations de "mécommunication", incompréhensions, inefficacité, conflits...**
  - Les effets du stress dans la communication sur soi et sur les autres
  - Identifier les comportements de stress chez son interlocuteur
  - Comment "gérer le processus" pour revenir à une communication positive ?

## **ORGANISATION ET MOYENS PEDAGOGIQUES**

### **Equipe pédagogique**

Nos responsables pédagogiques et formateurs sont des experts reconnus dans leur métier.

### **Moyens pédagogiques et techniques**

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Etude de cas concrets
- Exercices de visualisation et de réflexion sur des cas vécus par les stagiaires
- Cas pratique et jeux de rôle
- Debriefing

### **Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation**

- Feuilles de présence.
- Évaluation permanente sous forme de questions orales ou écrites
- Mises en situation
- Document d'évaluation de satisfaction
- Attestation de formation individuelle
- Attestation de fin de stage