

OPTIMISER LA RELATION COMMERCIALE

LES OBJECTIFS

Les objectifs de cette formation sont :

- Mieux se connaître et diagnostiquer les points forts de sa personnalité.
- Mettre en œuvre ses points forts dans la relation commerciale.
- Savoir comprendre son client, ses besoins et ses attentes.
- Appliquer les stratégies d'adaptation appropriées lors des entretiens et des négociations.
- Gérer les situations conflictuelles.

FICHE TECHNIQUE

DURÉE :

La formation se déroule sur 3 journées (2 jours + 1 jour un mois après).

NOMBRE DE PARTICIPANTS :

8 maximum pour favoriser les apports et entraînements individualisés.

COÛT :

5 160 € HT + frais de salle, de matériel vidéo et d'hébergement

PROGRAMME

Première session : 2 jours

1er Jour :

1 - PRESENTATION

- des personnes,
- des objectifs, du programme et **du fil rouge** de la formation.

2 - LES CARACTERISTIQUES DE LA RELATION COMMERCIALE

- brainstorming : spécificités de la relation commerciale,
- les atouts nécessaires pour initier, construire, entretenir et faire évoluer les relations de manière qualitative et pérenne.

3 – AUTO-DIAGNOSTIC

- définir son profil relationnel,
- identifier ses forces et ses freins dans la relation commerciale.

4 – LES STYLES RELATIONNELS

- un outil de mesure des différences inter-individuelles,
- les dimensions comportementales : affirmation et émotionnalité,
- les 4 styles relationnels et leurs spécificités en termes de manifestations et de besoins.

5 – LES STRATEGIES D’ADAPTATION

Savoir mettre en place des stratégies d’adaptation pour :

- mieux gérer son temps face aux différents interlocuteurs,
- installer un climat de confiance,
- faciliter la prise de décision,
- argumenter efficacement.

6 – LA CARTE DE SES RELATIONS COMMERCIALES

- répertorier ses relations commerciales et les représenter sur un schéma,
- les qualifier en fonction de leur fréquence et de leur importance,
- évaluer leur efficacité actuelle,
- définir des axes de progression à partir des outils et concepts explorés au cours de la journée.

Les différentes séquences intégreront des applications sur des cas concrets issus du vécu professionnel des participants; elles seront ciblées sur leurs besoins spécifiques.

2ème jour :

1 – L’INFLUENCE DE L’ETAT D’ESPRIT DANS LES ECHANGES

- la notion de responsabilité personnelle dans la réussite de la relation,
- l’équilibre des échanges,
- les applications à la relation commerciale.

2 – L’ECOUTE ACTIVE DANS LA RELATION COMMERCIALE

- l’attitude d’écoute,
- les techniques d’écoute : le questionnement, la reformulation.

3 - L’ASSERTIVITE DANS LA RELATION COMMERCIALE

- définition de l’assertivité,
- 3 zones pour évoluer,
- moyens et méthodes pour oser passer dans sa zone de progrès et affronter les situations difficiles.

4 – LE DIALOGUE DE REALISATION

- les étapes,
- les attitudes,
- les applications pratiques dans la relation commerciale.

5 – L’INTERET SUPERIEUR COMMUN

- principes et finalités de l’ISC,
- la préparation d’un entretien, d’une réunion, d’une négociation,
- applications.

6 – MISE EN PRATIQUE INTER-SESSION

- enrichir sa carte relationnelle à partir des différents outils abordés,
- définir des points de progrès à explorer pendant l’inter-session,
- rédiger les objectifs de mise en pratique.

Les différentes séquences intégreront des exercices et des applications sur des cas concrets issus du vécu professionnel des participants et leur permettront de poursuivre la progression initiée lors de la première journée.

2ème session : 1 journée

1 – RETOUR DES MISES EN PRATIQUE

- enseignements des applications inter-session,
- définition des points de vigilance personnels.

2 - LES REACTIONS EN ETAT DE TENSION

A partir de l'outil des styles relationnels et de l'auto-diagnostic, exploration des points suivants :

- évaluer le degré de tension,
- savoir identifier et gérer sa tension,
- reconnaître le niveau de tension chez son interlocuteur,
- apporter les réponses appropriées.

3 – L'ENTRETIEN DE GESTION DE CONFLITS

- déroulement,
- attitudes,
- erreurs à éviter.

4 – LES APPLICATIONS DANS LES SITUATIONS DE NEGOCIATION

- savoir détecter, chez soi et chez l'autre, les éléments inhibiteurs et facilitateurs,
- sortir de son cadre de référence pour comprendre celui de l'interlocuteur,
- mettre en avant l'intérêt supérieur commun,
- résoudre les blocages,
- entériner la solution retenue et le plan d'action.

5 – LE SUIVI DE LA RELATION COMMERCIALE

- conserver l'historique de la relation,
- préparer ses entretiens,
- noter les progrès, les changements, les alertes,
- entretenir la qualité et la pérennité de la relation en s'adaptant aux interlocuteurs.

6 – SYNTHÈSE DES ACQUIS

- inventaire des outils, de leur complémentarité, de leurs applications,
- évaluation des acquis personnels à partir de la carte relationnelle,
- définition d'objectifs de mise en application.

Les différentes séquences intégreront des applications sur des cas concrets issus du vécu professionnel des participants et leur permettront de poursuivre la progression initiée lors de la première session.

PEDAGOGIE

La pédagogie, interactive, s'appuiera sur les participants pour les mettre en situation et les impliquer dans la démarche. Elle se compose :

- De la création d'une carte relationnelle personnalisée, permettant à chacun de représenter ses principaux interlocuteurs, la spécificité de la relation, les points de satisfaction et les aspects à améliorer. Ce document est exploité lors de chaque apport (théorique, méthodologique, personnel) pour repérer les points à faire évoluer et les moyens d'y parvenir.
- D'un autodiagnostic sur les composantes relationnelles de chacun, ses ressources relationnelles et ses réactions en état de tension.
- De grilles d'analyse et d'entretien, simples et pragmatiques.
- De mises en situation directement issues du vécu des participants et illustrant les apports théoriques et méthodologiques ; l'analyse en est personnalisée.
- De définitions d'objectifs de mises en pratique, pendant la période d'intersession et à la fin du stage.

Un document sera remis aux participants. Il sera simple, pratique et concret.

INTERVENANTS

Christa LE NESTOUR

Consultante senior, psychologue de formation, elle développe des logiciels et tests pour connaître et utiliser au mieux les potentiels personnels. Elle anime avec chaleur des formations sur la communication, le management et le développement personnel depuis 25 ans.
Elle est également coach.