

VENTE À DISTANCE

Utiliser l'intelligence émotionnelle pour créer et nourrir la relation client à distance.



La vente à distance n'est rien de plus qu'une forte prédisposition à la communication interpersonnelle. En d'autres mots : mettre à profit l'intelligence émotionnelle des équipes de vente et l'utiliser comme un outil au service d'une cérémonie de vente parfaitement adaptée aux motivations de chaque client et de la relation client à distance.

Plus on se digitalise, plus on doit devenir humain.

Pourquoi achetons-nous chez telle enseigne plutôt qu'une autre ? La science nous apprend que cela dépend principalement des émotions que nous ressentons. Il convient donc pour un vendeur de savoir faire ressentir à son client les émotions positives qui déclencheront l'achat. Mais comment savoir quelles émotions sont positives ou négatives pour chaque client ?

Et comment lui faire ressentir les émotions qui le conforteront dans sa décision d'achat ? C'est précisément ce que cette formation a pour but d'apprendre aux conseillers et vendeurs qui la suivront.

Les émotions que nous ressentons, positives comme négatives, dépendent de nos motivations propres. Et tout l'enjeu pour un conseiller performant est de savoir identifier ces motivations et adapter sa posture et son discours pour générer chez son client les émotions qu'il attend.

Une formation personnalisée au profil de chaque participant.

En amont de la formation, chaque participant reçoit un questionnaire DiSC® dont les résultats serviront de base à la journée de formation et particulièrement au premier module. Les résultats de ces analyses seront uniquement partagés avec les participants en formation et ne seront pas conservés par Present Perfect.



TROIS BONNES NOUVELLES

1

La 1ère bonne nouvelle, c'est que bien que nous soyons tous uniques et différents, nous partageons avec d'autres certains traits de personnalité, certaines motivations, un mode de fonctionnement sur lesquels notre langage verbal et non verbal renseigne nos interlocuteurs, pour peu que ces derniers sachent quels signaux capter et analyser. C'est ce que les participants apprendront à faire dans le premier module.

2

La 2ème bonne nouvelle, c'est qu'il existe une méthode très efficace pour adapter sa posture, son discours, sa cérémonie de vente à chaque « profil » de client, maximiser la qualité des interactions et augmenter les ventes. C'est ce que nous développons dans le module 2.

3

La 3ème bonne nouvelle, et non des moindres : la méthode que nous délivrons avec la formation « Vente à distance » est pragmatique, simple à assimiler, efficace à distance comme en point de vente et permet à tout vendeur d'augmenter ses performances sur le terrain dès la fin de la formation.

LE PROGRAMME

Une formation de deux demi-journées, articulée autour d'apports théoriques, exercices et mises en situation adaptées à votre cérémonie de vente, pour apprendre aux participants à se synchroniser à distance avec leurs clients.



Module 1 : pourquoi les clients achètent-ils ?

Introduire la notion d'émotion dans le processus de décision d'achat.

- > Découverte du [modèle DiSC®](#) et des différents profils.
- > Comprendre ce qui motive et ce qui peut freiner un client en fonction de son profil.
- > Capter les signaux : attitude, posture, langage corporel, choix des mots (écrit, oral), syntaxe, etc.
- > Révélation des profils DiSC® détaillés de chaque participant (une vingtaine de pages).
- > Utilisation des vidéos des mystery shoppings en ligne comme exemples pour débriefer les enseignements.

La boîte à outils

- > Les outils passifs : les signaux verbaux ou comportementaux qui renseignent sur le profil des clients. Comment les détecter ? À quoi prêter attention ?
- > Les outils actifs : le coach guide les participants à trouver par eux-mêmes les réponses comportementales à apporter à telle ou telle situation face à tel ou tel profil de client.

Module 2 : comment adapter votre propre cérémonie de vente aux différents profils de client.

Best practices techniques & langage non verbal.

- > Apports théoriques et brainstorming en groupe.
- > Mises en situations personnalisées et accompagnement en langage corporel.
- > Approfondissement et pratique active des outils.
- > La fin de la journée est dédiée aux mises en situation.
- > Les participants useront de leur intelligence émotionnelle et des connaissances acquises lors de la première demi-journée pour approfondir l'utilisation de chaque outil et s'approprier l'adaptation de votre cérémonie de vente en fonction des motivations des « clients » qu'ils ont en face d'eux.



À la fin de la formation, chaque participant saura :

- > L'importance de l'émotion dans la relation client.
- > Les tenants et aboutissants des profils : D, I, S, C.
- > Les motivations et les freins des clients en fonction de leur profil.
- > Identifier le profil d'un interlocuteur.
- > Adapter sa communication à chaque profil.
- > Utiliser les outils de vente à distance.

Comment ça se passe concrètement ?

Durée : 1 journée de 8 heures de formation, scindée en 2 sessions.

Public : le salarié qui, dans le cadre de la cérémonie de vente, est amené à interagir, à distance ou en face à face avec la clientèle.

Participants : groupe de 5 à 6 personnes.

Moyens pédagogiques et techniques : pré formation, les participants répondent au questionnaire DiSC® qui leur est individuellement adressé.

Format : e-learning (TEAMS ou la plateforme de votre choix).

Langue : français ou anglais.

Ce que nos clients disent :

« Present Perfect a donné à notre équipe les outils et la motivation dont elle avait besoin pour adapter rapidement ses habitudes et ses compétences à la vente à distance. Nous ne retournerons pas à la façon dont nous vendions de si tôt et Present Perfect a aidé notre équipe à retrouver son enthousiasme et sa dévotion à être capable de faire son travail et à interagir avec les clients à distance. »

- Responsable de la formation pour une marque de montres de luxe

« Avant de faire cette formation, nos équipes se sentaient démotivées et dépassées à l'idée d'être en contact avec nos clients en dehors des boutiques ou de montrer nos collections à distance. L'équipe Present Perfect leur a donné les outils, l'énergie et la confiance nécessaires pour contacter nos clients et entretenir des relations à distance. Bien que les boutiques soient une partie importante du parcours client, la partie la plus importante est la façon dont ils sont traités par nos collaborateurs. La formation « vente à distance » a permis à nos équipes de faire ce qu'elles font de mieux via de nouveaux canaux à distance. »

- Responsable commercial d'une marque de cosmétiques de luxe



PROFITEZ DE -10% OFFERTS

pour toute commande en ligne

Contactez : Thomas Degois

thomas@present-perfect.fr | +33 (0)1 39 25 02 12 | +33 (0)7 81 66 81 33

Réservez votre rendez-vous directement [ici](#)

