

## La prise en charge d'un client ou d'un prospect

### DUREE :

**2 jours** en présentiel ou en distanciel 4 classes virtuelles + travaux intersession

### PUBLICS

**Conseillers de clientèle Managers, salariés de banque**, toute personne intéressée

Pour les personnes en **situation de handicap**, nous étudions l'accessibilité de la formation à votre besoin

### PRE-REQUIS

Avoir une expérience de la gestion d'un portefeuille de clients professionnels

### EVALUATION

**En continu** à partir des cas et des exercices proposés dans le cadre de la formation

### PEDAGOGIE

**Cas** issus de la pratique professionnelle

#### Fiches de synthèse

Pédagogies actives 50%  
Pédagogies expositives 30%  
Partage d'expériences 20%

### INTERVENANTS

Formateurs Profinance plus de 10 ans d'expérience

### TARIFS

1 600 € par jour net de taxes

## OBJECTIFS OPERATIONNELS

- Filtrer les demandes viables et pertinentes du client pro ou du prospect
- Conduire un entretien de découverte en utilisant des méthodes efficaces pour comprendre le comportement du client pro ou du prospect
- Détecter les signaux d'achat verbaux et non-verbaux pour engager le client dans la vente
- Adapter son discours et sa posture depuis la prise de contact jusqu'à la prise de congé pour optimiser ses ventes

## PROGRAMME

### La préparation d'entretien

- L'importance de la préparation des entretiens pour gagner en efficacité commerciale
- Les éléments clés pour détecter les risques et les opportunités commerciales

### La prise de contact réussie

- L'utilisation d'outils à disposition du chargé d'affaires pour préparer efficacement son entretien commercial
- Les techniques clés pour un premier bon contact

### La découverte du client ou du prospect

- Les motivations du client par le SONCAS (Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent, Sympathie)
- Le canal sensoriel privilégié du client : le VAKOG (Visuel, Auditif, Kinesthésique, Olfactif et Gustatif)
- Le questionnement du client

### Les motivations du client ou du prospect

- Les préférences cérébrales (l'approche par les couleurs)

### De la prise de contact à la découverte

Les participants s'entraînent à la prise de contact et à la découverte

### L'argumentation et l'engagement du client dans la vente

- La méthode CAB (Caractéristiques, Avantages et Bénéfices) pour transformer les caractéristiques et avantages du produit en bénéfices client

### La réponse aux objections et la conclusion de la vente

- Les signaux d'achat selon les préférences cérébrales des clients
- L'engagement vers la conclusion avec le double oui pour amener le client vers la signature
- La méthode CRAC (Creuser, Reformuler, Argumenter, Contrôler)
- La conclusion de la vente et la prise de congé
- Retour sur les étapes clés de la prise en charge efficace du client

Avant toute inscription, merci de faire une demande à l'adresse suivante : [logistique@profinance.fr](mailto:logistique@profinance.fr), nous prendrons contact avec vous afin d'auditer votre besoin de formation

