

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

DUREE

2 jours (14 heures) en présentiel ou en distanciel 4 classes virtuelles + travaux intersession

PUBLICS

Salariés de banques, conseillers de clientèle, managers, toute personne intéressée

Attentifs à l'inclusion **des personnes en situation de handicap**, nous étudions les possibilités d'adaptation de la formation.

PRE-REQUIS

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

MOYENS PEDAGOGIQUES

Cas issus de la pratique professionnelle

Fiches de synthèse

Pédagogies actives 50%

Pédagogies expositives 30%

Partage d'expériences 20%

MODALITES D'EVALUATION

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

SANCTION DE LA FORMATION

Certificat de réalisation

DOCUMENTATION

Remise des supports utilisés aux stagiaires

INTERVENANTS

Formateurs Profinance avec plus de 10 ans d'expérience

EFFECTIFS

12 personnes maximum

DELAI D'ACCES

3 semaines

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, nous prendrons contact avec vous afin d'analyser votre besoin de formation

