

LES COMPORTEMENTS OPTIMUM DE PERFORMANCE - C.P.O.

Objectifs :

Surprendre vos clients par une approche différente et professionnelle.

Enjeux :

Agir comme un vrai « coach » face au client qui ne peut que vous accorder sa confiance.

Niveau & Public

Commerciaux

Modalités de participation :

Durée: 1 jour

Moyens pédagogiques :

- Supports pédagogiques
- Fiche d'appréciation
- Fiche d'engagements et de suivi
- Vidéo projecteur
- Paper board

Programme (9h00 – 18h00)

INTRODUCTION :

Que reprochent les clients à la profession ?
Quelles erreurs sont commises sur le terrain ?

PREMIERE PARTIE : la définition du C.P.O.

- Faire la différence lors de la prise de rendez-vous
- Faire la différence lors de la préparation du rendez-vous
- Faire la différence lors du rendez-vous

Durant la première partie de la journée, nous abordons la mise en place des outils C.P.O. et des arguments C.P.O.

La mise en pratique des C.P.O. dans l'acte commercial de suivi

- Faire la différence entre le R1 et le R2
- Faire la différence dans la mise sous pression du client
- Faire la différence dans la prise de décision

DEUXIEME PARTIE :

- Comment dimensionner l'entretien par une approche micro/macro économique ?
- Comment parler de vision d'avenir et d'éloignement ?
- Comment amener le client à augmenter son budget ou à faire des concessions ?
- Comment convaincre le client de vous écouter à l'heure du choix ?
- Comment rassurer le client dans sa prise de décision ?
- Comment amener le client à ne pas faire marche arrière durant le délai SRU ?

Conclusion :

Ce stage s'adresse à ceux qui veulent dimensionner leur approche commerciale et qui veulent donner d'eux une image de vrai professionnel. Avec une approche marketing et des arguments de culture générale, vous saurez séduire les clients là où les autres échouent.