

CARTOGRAPHIE SOCIALE TOUT COMPRENDRE CHEZ SON CLIENT

Objectifs :

Maîtriser les outils modernes de décryptage de la personnalité du client.

Niveau & Public

Tous les acteurs de l'entreprise

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 : Pourquoi faut-il connaître le style social de son interlocuteur les précautions à prendre les pièges à éviter

1. **Les règles de la vie**
 - Les tribus
 - La connaissance de son propre style social
 - Les effets positifs et négatifs sur votre travail
 - Comment intégrer le processus de changement
2. **La définition des styles sociaux**
 - Les promoteurs
 - Les facilitateurs
 - Les analysants
 - Les contrôlants
3. **Le mode de communication associé à chaque style**
 - Le processus d'achat / vente de chaque style
 - Les forces et faiblesses de chaque style
 - Les attentes de chaque style social en matière de conseil
4. **Comment doit se comporter un commercial face à chaque style**
 - L'argumentation adaptée
 - Le comportement adapté
5. **Apprendre à mieux conclure en utilisant la connaissance des styles sociaux**
 - Le traitement des objections