

La formation en résumé

Quel est le lien entre performance commerciale et intelligence émotionnelle ? Les **neurosciences** ont déjà mis en évidence le rôle capital des émotions dans les décisions d'achat. L'intelligence émotionnelle est la capacité à raisonner et interagir avec les émotions (les siennes et celles des autres). Pour le commercial, il s'agit par exemple de ne pas se laisser déstabiliser par un client difficile, de pouvoir faire redescendre le stress lors d'une négociation à fort enjeu, de rester serein en possession de tous ses moyens face à n'importe quelle situation, d'observer son prospect sans jugement, de détecter ses frustrations, de savoir rebondir après un échec ...

Si vous vous reconnaissez dans l'une de ses situations et cherchez à **améliorer vos compétences émotionnelles face à vos clients**, cette formation avec mises en pratique est faite pour vous

Objectifs :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Identifier son propre fonctionnement émotionnel et comment il impacte ses comportements commerciaux et ses performances
- Utiliser des techniques pour accueillir ses émotions et son stress face à certaines situations ou interlocuteurs.
- Intégrer l'intelligence émotionnelle dans la relation commerciale, pour mieux vendre et pour mieux s'adapter aux situations clients

Participants :

- Commerciaux, business developers, chargés de clientèle, gestionnaires de relation client.
- Toute personne travaillant dans les domaines de la vente, de la négociation et de la gestion de la relation client.

Prérequis :

- Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier

Tarif : sur demande



2 jours



(14 heures) La durée pourra être adaptée en fonction de vos attentes et besoins



Formation exclusivement sur-mesure



Mises en situation

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

Sessions à venir - Nous contacter

Le contenu

Comprendre le concept d'Intelligence Emotionnelle (IE)

- Définir la notion d'IE, son origine, ses piliers et ses mécanismes
- Prendre conscience de ses émotions, les reconnaître
- Mises en situation sur la palette des émotions et l'impact de nos émotions sur nos comportements commerciaux

Intégrer des outils clés de l'intelligence émotionnelle pour renforcer ses compétences interpersonnelles

- Apprendre des techniques pour accueillir son stress et ses émotions
- Favoriser le langage proactif au langage réactif dans ses techniques de vente
- Prendre en compte le langage corporel non-verbal dans l'expression des émotions
- Utiliser des intonations et des inflexions vocales rassurantes et convaincantes
- Utiliser l'empathie pour améliorer les relations avec les clients et autres acteurs du processus commercial

Utiliser l'intelligence émotionnelle dans la vente

- S'adapter aux profils émotionnels des clients en détectant leurs attentes et motivations d'achat
- Favoriser l'expression des émotions du client par le questionnement
- Pratiquer l'écoute active dans la relation clientèle, comme une véritable compétence
- Utiliser les techniques de vente émotionnelle pour développer l'envie ou retenir la curiosité de vos clients
- Développer et gérer une relation clientèle de qualité et durable
- Tenir une posture empathique pour développer une relation de confiance

Acquérir des réflexes pour agir face à certaines situations stressantes et développer une relation clientèle de qualité et durable

- Apprendre à gérer ses émotions dans des situations de tension ou de conflit
- Agir face aux émotions négatives ou réactives de ses clients
- Identifier ses propres pistes de comportement à adopter face à l'agressivité, à la vexation et autres situations générant du stress
- **Mises en situation basées sur le cas rencontrés par les participants**

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 10 participants maximum.

Formation animée par un de nos formateurs experts de son domaine et sélectionné selon un processus qualité certifié.

Suivi et évaluation de la formation :

Un questionnaire d'analyse des besoins comprenant un auto-positionnement est envoyé en amont de la formation

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mises en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

