

*“Les **10** Clés du
Succès pour
Performer dans
vos Ventés”*

10 BeHave Keys®





Aujourd'hui, le client, hyperinformé, est devenu de plus en plus exigeant et intransigeant dans ses choix et sa prise de décision. Le commercial doit en retour encore plus s'adapter, entrer en communion avec la perception qu'il a de son environnement et identifier tous les leviers nécessaires qui vont lui permettre de gagner sa confiance et lui donner envie d'acheter son offre. La question est de savoir quelles sont les soft-skills que les entreprises s'arrachent et qui procurent un avantage concurrentiel évident dans la fonction commerciale ?

Les voici :

La capacité d'adaptation	La résolution de problèmes complexes	L'esprit critique	La créativité
L'intelligence émotionnelle	Le jugement et la prise de décision	Le sens du service	La négociation

Toute recherche d'efficience commerciale doit aujourd'hui passer par l'accroissement de ces Soft-skills chez vos collaborateurs. C'est la raison d'être du programme

10 BeHave KEYS®

qui se fonde sur les recettes de succès des meilleurs Commerciaux au monde.

Que font les meilleurs commerciaux ?

Recette No 1 → Ils préparent leurs entretiens avec le **POST**

PROFIL

Ce que vous savez de votre client
De quelle situation partez-vous avec ce client

OBJECTIF

WHY

Ce que vous voulez atteindre avec ce client

STRATEGIE

HOW

Comment vous allez vous y prendre
pour atteindre votre objectif

TACTIQUE

WHAT

Les actions sous votre contrôle que vous allez
mettre en œuvre pour atteindre votre objectif

Que font les meilleurs commerciaux ?

% of Interactions with
a speaking time of CUSTOMERS > 40%

Sales Rep without
preparation

40%

Sales Rep with preparation of
the interview

64%

Sales Rep of Top quartile

78%



There is a correlation between the amount of time clients speak and the preparation for questioning of Sales Rep (STEM 2020)

Recette No 2 → Ils créent du lien avec l'entretien précédent

Recette No 3 → Ils créent un dialogue avec le client en posant une majorité de questions « Problèmes et Implication »

Que font les meilleurs commerciaux ?

Recette No 4 → Ils écoutent activement et reformulent les réponses du client

La plupart des gens n'écoutent pas avec l'intention de comprendre; ils écoutent avec l'intention de répondre.

Stephen R. Covey



10 BeHave Keys®

Que font les meilleurs commerciaux ?

Recette No 5 → Ils argumentent avec un story-telling émotionnel répondant aux :

. Problèmes et Besoins du Client

Avec des Solutions délivrant des bénéfices différenciants

→ PBS : Problème / Besoin / Solution

Que font les meilleurs commerciaux ?

Recette No 6 → Ils engagent et ne lâchent jamais !

- . 44% des vendeurs abandonnent après le premier « non »
- . 22% des vendeurs abandonnent après deux « non »
- . 14% des vendeurs abandonnent après trois « non »
- . 12% des vendeurs abandonnent après quatre « non »
- 8% des vendeurs prennent 80% des ventes !



10 BeHave Keys®



10 BeHave KEYS est le premier parcours certifiant et omnicanal qui a été conçu pour répondre à 3 objectifs :

- . Le développement des soft-skills, condition sine qua non de l'efficience commerciale
- . La mise à disposition d'une boîte à outils en termes de techniques de communication et d'organisation commerciale, ayant fait la preuve de son efficacité
- . Un entraînement intensif des stagiaires afin qu'ils maîtrisent parfaitement chaque outil et technique

10 BeHave Keys®

ce sont 5 canaux de formation différents :

- 1/ Le profil BeHave COMPASS version Vente et son débriefe individuel
- 2/ 3 x 2 jours de formation en présentiel (ou en visio)
- 3/ 10 ateliers de training intensif
- 4/ 10 programmes de E. Learning
- 5/ Le retour d'expérience terrain entre chaque session

Ce parcours inédit a reçu un satisfecit total de 91.5/100 de la part des plus de 5000 commerciaux formés depuis 10 ans.

Comment fonctionne **10 BeHave Keys®**

Au préalable

Chaque Responsable Commercial complète son test de personnalité BeHave COMPASS version Vente et reçoit un débriefe personnalisé de 2 heures qui va permettre de bien définir son profil de Vente ainsi que les axes de développement

Le parcours de formation

. 3 sessions de 2 jours en présentiel (ou visio) pendant 3 mois avec 2 Master-Classes et 2 trainings intensifs / jour

Entre les sessions

. 1 à 2 E.learning de suivi
. La mise en pratique dès le retour sur le terrain avec retour d'expérience à la session suivante

Les E.Learning

Chaque module est de très haut niveau avec une approche pédagogique à la fois ludique, interactive et enrichissante. Vous y trouverez un vrai professeur virtuel pour vous accompagner et d'innombrables extraits de films, reportages, conférences TED, jeux, exercices, mises en situation et bien plus encore !



10 BeHave Keys®



SE CONNAITRE

Clé No 1 : Mieux se connaître dans ses attitudes et comportements pour investir sur ses points forts

Clé No 2 : Agir sur les leviers de votre motivation
→ changer l'habitude des habitudes

COMPRENDRE

Clé No 3 : Le succès, c'est 45% de préparation, 50% d'efforts et 5% de talent → Préparation et objectif

Clé No 4 : Reconnaître le profil psychologique de ses interlocuteurs pour se fixer des objectifs adaptés à leurs besoins et leur personnalité

Clé No 5 : Questionner pour découvrir les vrais besoins de ses clients

MOTIVER

Clé No 6 : Réussir son entretien dès les 30 premières secondes

Clé No 7 : L'objection du client est un cadeau pour bâtir des solutions grâce à la reformulation

Clé No 8 : Maintenir une relation Gagnant-Gagnant
→ L'assertivité à tout prix

DECIDER

Clé No 9 : Argumenter avec impact
→ La communication émotionnelle

Clé No 10 : Accélérer le processus de décision du client

10 BeHave Keys®

“Les **10** Clés du Succès pour Performer dans vos Ventes”



Clé No 1 : Mieux se connaître dans ses attitudes et comportements pour investir sur ses points forts

À l'issue de cette Clé, chaque stagiaire sera capable de :

A- Connaître son style de vente

B- Analyser ses interlocuteurs et reconnaître leur profil et comportements d'achat

C- Bâtir un argumentation de vente en fonction de chaque style de prospects

D- Compléter l'argumentation technique par une vente plus comportementale

-
- Comprendre et analyser son profil BeHave COMPASS® version Vente
 - Comprendre les étapes de la Vente en couleurs



Clé No 2 : Agir sur les leviers de votre motivation
→ changer l'habitude des habitudes

- . Le cercle de la réactivité et de la pro-activité
- . Training et mises en situation autour d'un échec, d'une difficulté
- . Conférence TED de Richard Saint John
- . Les 8 secrets de la réussite

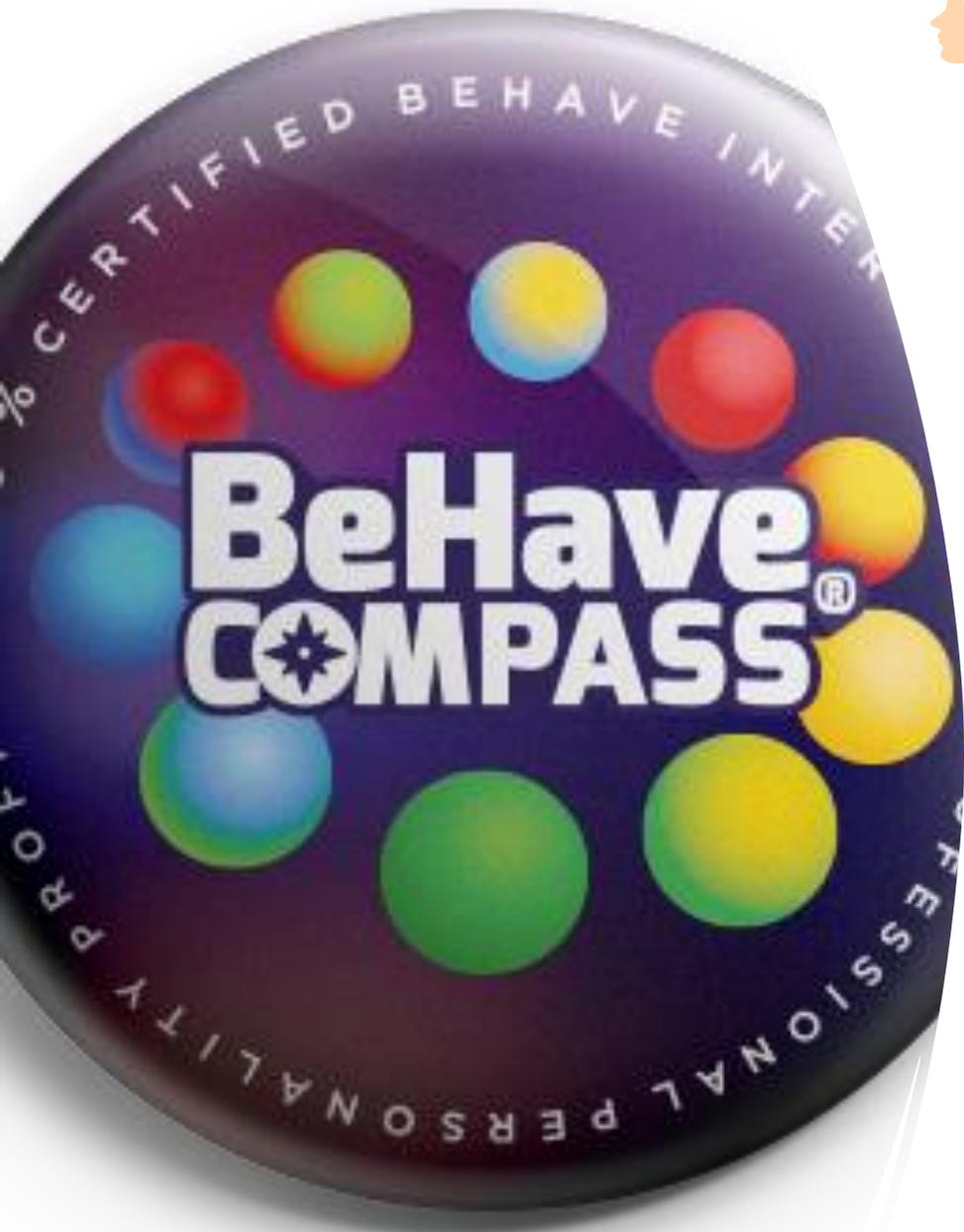


- . Training et mises en situation autour d'un succès
- . Manager son état d'esprit : L'IKIGAI
- . Exercices pour définir son IKIGAI en Vente



Clé No 3 : Le succès, c'est 45% de préparation, 50% d'efforts et 5% de talent ? Préparation et objectif

- . Le « Start with Why » et le cercle d'or de Simon Sinek (conférence TED) → Pourquoi – Comment – Quoi
 - . Objectif et besoins
 - . La courbe du changement appliquée au client
 - . Le nouveau modèle de vente
 - . Le POST du Client : Profil / Objectif / Stratégie / Tactique
 - . Le Profil du Client → Les 4 C : Composant/ Consommateur / Client / Compétition
-
- . Conférence TED de Amy Cuddy sur la posture du vainqueur
 - . Travail sur études de cas réelles à partir d'un questionnaire préparatoire de pré-formation



Clé No 4 : Reconnaître le profil psychologique de ses interlocuteurs pour se fixer des objectifs adaptés à leurs besoins et leur personnalité

- Les 3 V de la Communication : Verbal/ Visuel / Vocal : Apprendre à repérer le profil de ses clients en fonction du Verbal et du non Verbal : 4 extraits de films
- Chaque participant va décrire le cas d'un client qu'il a choisi dans son questionnaire de pré-formation. La salle prend des notes. L'animateur fait une synthèse des observations qui vont permettre de trouver la Couleur principale de chaque personne décrite

10 BeHave Keys®



Clé No 5 : Questionner pour découvrir les vrais besoins de ses clients

- . Le besoin de reconnaissance du Client
- . Le principe de réciprocité – Les BIP en communication
- . Les besoins de chaque couleur
- . La profondeur dans le questionnement
- . Les 4 domaines de questionnement : Composant / Consommateur / Client / Compétition
- . Les 3 niveaux de profondeur dans le questionnement : Faits / Opinions / Motivations
- . Le questionnement puissant en imaginaire conditionnel
- . Des besoins explicites aux besoins implicites : Le modèle SPIS pour une stratégie de questionnement efficace : Situation / Problème / Implication / Solution

TRAINING

Etape 1 : Les participants vont construire une boîte à questions ouverte et en imaginaire conditionnel répondant à Opinion et Motivation du client

Etape 2 : Les participants vont construire une boîte à questions SPIS

Etape 3 : Les participants vont s'entraîner à poser ces questions avec de l'écoute active



Clé No 6 : Réussir son entretien dès les 30 premières secondes

- . Les 3 règles d'or : le regard, le contact, les premiers mots
- . La méthode A.I.R : Attention / Intérêt / Réflexion

2 extraits de films A.I.R → le loup de Wall Street / Les initiés

TRAINING

- . Construction d'une introduction A.I.R pour chaque cas Client travaillé sur le thème 4
- . Entraînement filmé



Clé No 7 : L'objection du client est un cadeau pour bâtir des solutions grâce à la reformulation

- . Le principe de dissonance cognitive
- . Le grain de vérité
- . Pratiquer la reformulation avec aisance → Les 2 types de reformulations :
 - . La reformulation double
 - . La reformulation Question
- . Faire réfléchir le client à son ambivalence
→ La technique APACT: Accueillir / Préciser / Argumenter / Conclure / Transition

TRAINING

Les participants vont lister l'ensemble des objections émises par les clients à propos de leur produit princeps

Les participants vont s'entraîner pour chaque objection à reformuler avec la technique APACT



Clé No 8 : Maintenir une relation Gagnant-Gagnant → L'assertivité à tout prix

- . Les différents types de situations stressantes avec les Clients
- . Les positions de vie et les comportements spontanés
- . Retour sur les couleurs et les warnings
- . Les comportements que l'on peut observer face à une situation stressante
- . L'assertivité en pratique : premiers trainings
- . Les méthodes DESC et RECU
- . Comment ne pas se laisser définir par l'autre...

L'Assertivité au quotidien → 10 situations de trainings assertifs



Clé No 9 : Argumenter avec impact → La communication émotionnelle

La méthode **CESAR**

- . Surfez sur la **C**ohérence du Client
- . 3 **E**lément de communication au maximum
- . Le **S**tory-telling pour **A**mplifier chaque élément de communication → Solutions délivrant des bénéfices différenciants (PBS : Problème / Besoin / Solution)
- . **R**enforcer l'engagement du Client en définissant avec lui différentes situations d'utilisation

Training

Les participants vont écrire un story-telling à partir d'un élément de communication sur leur produit princeps et s'y entraîner.



Clé No 10 : Accélérer le processus de décision du client

- . Le principe d'engagement
- . Oser Conclure
- . Accordez vos désirs et vos propos
- . Etude de 2 extraits de films : « Le temps d'un week-end » et « Les initiés »
- . Conférence TED : « Le paradoxe du choix »: Barry Schwartz
- . Définir des situations d'utilisation du produit

Training intensif sur les 5 techniques d'engagement suivantes :

- Engagement Saint-Thomas
- Engagement Balance
- Engagement alternatif
- Engagement sur Objection
- Engagement « Vider l'abcès »