

communiquer autrement

DES PROJETS
DES HOMMES
04 93 27 09 25

... pour mieux vendre



Dans un environnement complexe et en mutation, le conseiller patrimonial, dans son rôle citoyen, doit être en mesure de construire avec ses clients et prospects un niveau de confiance lui permettant une plus grande efficacité.

Les techniques de vente fondées sur le storytelling, agissent positivement sur l'expérience client en améliorant les résultats commerciaux, la satisfaction et la fidélisation des clients.

OBJECTIFS

- Maitriser la découverte des besoins pour aller plus efficacement vers la vente
- Apprendre un schéma de communication reproductible en toutes circonstances
- Savoir réagir efficacement à des situations "d'impasse" commerciale
- Pouvoir pratiquer immédiatement après le stage

DURÉE

Cette formation dure 2 jours... adaptables et modulables en fonction de vos besoins.

LE PLUS PÉDAGOGIQUE

Le storytelling vous accompagne tout au long de ce stage. Ponctué d'argumentaires, méthodes et d'outils ludiques et mémorisables, le stage vous entraîne à l'utilisation d'une communication efficace en situation de face à face.

CONTENU

LE PARCOURS DE VENTE

Objectif : apprendre à détecter l'ensemble des besoins de votre client pour multiplier les opportunités

- Dessine-moi ta vente
- Les 5 premières minutes : une véritable stratégie pour créer l'envie
- Créer l'échange en positionnant son rôle
- Comment schématiser visuellement ma méthode de vente pour impliquer chaque client
- Introduire les objectifs de vie, détecter les motivations, projets, préoccupation, sans en oublier, verrouiller les priorités du client

PERSONNES CONCERNÉES

Conseillers patrimoniaux, agents généraux, courtiers et collaborateurs de la force de vente

Groupes : 8 à 10 participants

ARGUMENTAIRES ET MÉTHODES

Objectif : acquérir des outils simples, mémorisables et immédiatement opérationnels

- 5 questions majeures
- Quid de votre épouse ?
- Le coût d'un enfant
- La feuille blanche de la retraite
- La commode de la retraite
- Vendre les options des contrats
- L'investi proportionnel... une approche ludique
- Reconquérir un client
- Le plan d'investissement : vendre les Unités de Compte
- Planifier la relation

LA MISE EN PRATIQUE

Objectif : s'entraîner et valider l'aisance dans la mise en œuvre des outils choisis

- Retour d'expérience
- Les atouts de nos différences : personnaliser les argumentaires
- Jeux de rôle et mises en situations
- Planifier mon programme d'entraînement

Pourquoi ne vend-on pas un produit financier comme on vend un aspirateur ?

Parce qu'on peut facilement changer de marque pour son aspirateur, on sait ce que l'on attend du produit et on se fiche de l'acheter chez Darty ou sur Amazon. Mais quand il s'agit d'un produit financier c'est beaucoup plus complexe. Attachement à sa banque, peur du risque, lourdeur des démarches... le rôle du conseiller a autant d'importance que le choix du produit.