

PARCOURS COMMERCIAUX

PERFORMANCE COMMERCIALE AVANCÉE

-Neurosciences et Stratégies d'Excellence-

Objectif final :

Affiner les techniques de vente et de négociation en exploitant les leviers des neurosciences pour influencer positivement les décisions des clients et optimiser la performance commerciale.

Objectifs opérationnels :

- Optimiser son impact commercial grâce aux neurosciences
- Appliquer les principes d'influence et de persuasion pour optimiser l'impact de ses négociations commerciales.
- Construire un storytelling commercial captivant afin de renforcer l'adhésion et l'engagement du client.
- Mettre en œuvre des techniques avancées de closing pour sécuriser la prise de décision du client.
- Gérer les objections et les tensions en négociation
- Élaborer une stratégie de fidélisation et de développement commercial en s'appuyant sur les leviers cognitifs et émotionnels de l'engagement client.

Pour qui ? :

Commerciaux avancés, responsables commerciaux, grands comptes

Durée :
2 jours (14h00) de formation collective en présentiel.

Participants :
8 personnes maximum

Prérequis :
Aucun

Lieu:
Entreprise du client ou location de salle à la charge du client.

Tarif groupe INTRA
2240€

Formation animée par **François Miyeli**

- > Diplômé en Accompagnement et développement des compétences
- > Spécialisé en Négociation et transformation organisationnelle



Face aux bouleversements actuels, nous perdons la bataille de l'attention, mais pas celle de l'intention : formons des esprits stratégiques, résilients et alignés pour transformer l'incertitude en opportunité.



PROGRAMME

Jour 1 : Stratégies Avancées de Persuasion et d'Influence

Optimiser son impact commercial grâce aux neurosciences

- Le cerveau triunique : comment adapter son discours en fonction des trois niveaux de pensée
- L'importance de l'émotion dans la prise de décision
- Les mécanismes de la réactance psychologique et comment les éviter

Influence et persuasion dans la négociation

- Approfondissement des principes de persuasion et des biais cognitifs (effet halo, ancrage, rareté, aversion à la perte)
- L'argumentation stratégique basée sur l'activation des circuits de récompense du cerveau
- Techniques de négociation avancées : gestion des jeux d'influence et des rapports de force

L'art du storytelling commercial

- Structurer un récit qui capte l'attention et stimule l'engagement émotionnel
- L'impact des histoires sur la mémoire et la décision d'achat
- Application aux pitches et présentations commerciales

Jour 2 : Négociation Complexe et Gestion des Relations Clients

Techniques avancées de closing

- Le déclencheur psychologique du "oui" : comment provoquer un engagement sincère
- La technique du pied-dans-la-porte et autres leviers d'engagement
- Utilisation des ancrages émotionnels et sensoriels pour renforcer la mémorisation

Gérer les objections et les tensions en négociation

- Neurosciences et stress en négociation : maîtriser son propre stress et celui du client
- Techniques de décryptage du langage non verbal pour anticiper les signaux d'achat ou de rejet
- Stratégies d'influence en situation tendue

Fidélisation et développement commercial

- Le rôle des émotions dans la fidélisation client
- Exploiter la dopamine et l'ocytocine pour créer une relation durable
- Stratégies de réactivation des clients dormants

Modalités pédagogiques

- Approche interactive combinant théorie, exercices pratiques, et échanges pour favoriser l'ancrage des apprentissages.
- Support pédagogique remis à chaque participant, incluant fiches pratiques et ressources pour la mise en pratique post-formation.

Modalités d'évaluation

- Recueil des besoins en amont de la formation.
- Évaluation continue par exercices et mises en situation, avec un quiz et/ou exercice final pour valider les acquis.
- Bilan individuel en fin de formation pour mesurer l'atteinte des objectifs et auto-évaluation.

Modalités d'accès

- Formation accessible à tout public, avec adaptation possible pour les personnes en situation de handicap.
- Inscription par email ou téléphone avec un entretien préalable possible ; inscriptions ouvertes jusqu'à deux semaines avant la formation.

Modalités administratives

- Convention et convocation envoyées avant la formation, attestation de fin de formation remise à chaque participant.
- Questionnaire de satisfaction en fin de formation pour évaluer la qualité et recueillir des axes d'amélioration. Questionnaire à +3 mois pour mesurer les bénéfices de l'action.