Entretien business : interagir pour embarquer vos interlocuteurs, clients, interne, partenaires

Créer la co-construction pour convaincre vos clients et vendre en interne

Enjeux - Votre capacité à embarquer vos interlocuteurs est déterminante pour gagner des affaires majeures

Gagner des affaires majeures exige de savoir mobiliser un écosystème complexe d'acteurs : clients, interne de votre entreprise et partenaires, à toutes les étapes du cycle vente.

Pour cela, convaincre durablement et installer la confiance rapidement avec chacun de ces acteurs, en premier lieu le client, sera un facteur clé du succès de la vente.

Les difficultés ? Amener votre interlocuteur à exprimer ses véritables motivations et contraintes. S'exprimer pour l'embarquer et faire vraiment équipe avec lui.

Levier - Maîtriser l'interaction co-constructive Vous–Je-Nous et savoir obtenir l'engagement de l'interlocuteur

1. Réussir son entrée
   - Maîtriser l'impact de la communication non verbale sur le client.
   - Réussir une synchronisation parfaite pour ouvrir la communication.
2. Réussir un lancement A.L.O
   - Créer l'Attention | Démontrer sa Légitimité | Co-définir un Objectif d'entretien.
3. Comprendre finement l'interlocuteur
   1ère étape du « VOUS-JE-NOUS »
   - Amener le client à s'exprimer de façon transparente.
   - Savoir écouter : ses ambitions, enjeux business, difficultés, besoins.
   - Créer la bonne trajectoire de questionnement et éviter l'interrogatoire : StoryListenning, rebonds, maitrise des silences, réactions percutantes.
   - Maîtriser l'articulation entre questions de sens et questions de faits.
4. Proposer en donnant du sens
   2ème étape du « VOUS-JE-NOUS »
   - Influencer en posant des questions.
   - Proposer des idées qui font sens pour l'interlocuteur et pour le projet
   - Oser proposer des idées ambitieuses.
   - Crédibiliser, différencier et valoriser vos propositions.
5. Faire émerger un « nous » et co-construire
   3ème étape du « VOUS-JE-NOUS »
   - Faire émerger du sens fort et partagé, traiter les objections, négocier.
   - Co-construire : des actions pour lui, pour vous-même et pour vous deux.
6. Réussir sa sortie

Objectifs collectifs

- Faire que tous les acteurs de la relations clients adoptent des comportements communs
- Fluidifier les interactions en interne entre les acteurs de la vente
- Faciliter la vente en tandem
- Favoriser la co-construction avec le client et en interne
- Motiver et mobiliser les équipes
- Acquérir un langage partagé qui renforce la performance collective

Acquis visés

- Savoir convaincre
- Savoir créer des alliances durables
- Maîtriser la vente en interne
- Réussir à créer la confiance plus vite que les concurrents
- Renforcer son leadership

Type participants

Tous les acteurs de la relation client : responsables commerciaux, techniques, responsables des offres, avant-vente, etc.

Méthode animation

Une animation qui embarque chaque participant et permet une acquisition rapide et durable des compétences

- 2/3 action, 1/3 réflexion
- Processus A.R.E ® : Alerte, Réflexion, Entraînement
- Business cases sur le métier des participants et outils concrets
- Challenge, motivation, exigence, expérience, plaisir
- Un engagement de chacun sur un plan d'action personnel