



© KonstantinosKokkinis / Fotolia

La Process.Com<sup>®</sup> est un modèle de compréhension de sa propre personnalité et de celle des autres ainsi qu'un outil de communication simple, pratique et opérationnel qui permet d'adapter sa communication à l'autre.

Élaboré et validé par le psychologue américain Taïbi Kähler, il est utilisé aujourd'hui dans les plus grandes entreprises.

## Pour qui ?

Négociateurs / commerciaux en charge du régional ou en responsabilité de comptes clients importants.

## Objectifs :

- Identifier son propre profil et ceux de ses clients.
- Adapter son mode de communication pour être sûr d'être écouté et compris.
- Répondre aux besoins psychologiques de son client pour argumenter efficacement.
- Anticiper et gérer les situations de tension pour réussir sa vente.

## Programme :

### 1. Se familiariser avec les outils essentiels de la Process.Com<sup>®</sup>

- Identifier son type de personnalité : ses points forts et ses points de vigilance en fonction des étapes de la vente
- Repérer les profils de ses clients grâce aux comportements observables des 6 principaux types de personnalité : les mots, les gestes, les mouvements, la manière de poser les questions...
- Comprendre l'importance de la satisfaction des besoins psychologiques de son client pour établir une communication efficace

### 2. S'adapter au profil de son client dès le début de la vente

- S'entraîner à l'observation pendant la phase CONTACT
- Savoir briser la glace et créer une relation de confiance dès le début
- Aller « droit au but », s'intéresser aux idées de son client ou à sa personne : choisir le bon angle pour la phase de DECOUVERTE.

### 3. Faire preuve de conviction et passer les objections

- Personnaliser ses arguments en nourrissant le besoin psychologique de son client pendant la phase CONVAINCRE.
- Traiter l'objection face à une personne de type EMPATHIQUE, REBELLE, PERSEVERANT : au-delà des techniques classiques, les outils opérationnels de la Process.Com<sup>®</sup>
- CONCLURE en utilisant le bon canal de communication pour renforcer son impact.

### 4. Anticiper et gérer les situations de tension

- Comprendre les difficultés relationnelles rencontrées avec certains clients
- Gérer les situations délicates, voire difficiles et cheminer positivement

## Les + pédagogiques :

- Une approche personnalisée : chaque participant reçoit son inventaire de personnalité et l'exploite avec le consultant-formateur certifié Process.Com<sup>®</sup>
- La richesse du groupe permet à chacun de s'entraîner à l'identification des profils et à la flexibilité comportementale en situation réelle de vente.
- Exercices sur ses propres clients et phases d'entraînement alternent et rythment la formation pour une mise en pratique immédiate.

Commercial, Marketing et  
Distribution