



Comment mettre votre personnalité au
service du succès commercial?
Développez les relations clientèle pour
dynamiser vos affaires!



Déroulement

1. Présentation

Votre
conférencier



2. Exemples

Comment
procédez-vous?

4. Quel avenir?

Mise en œuvre -
quelle réussite?



3. D, I, S, G

Améliorer le succès
grâce à un petit
changement

1. Présentation - Votre conférencier



Jürg Mattes

La personne

- 48 ans
- Marié, 2 enfants
- Vit en Suisse orientale

Sa profession

- Opticien diplômé
- En parallèle, enseignant en école professionnelle

Ses loisirs

- Sport
- Lecture

2. Exemples: situations



Ces deux personnes veulent acheter leur première paire de lunettes à verres progressifs



Cette personne a un visage grave et pensif; elle est réservée et taciturne. Son regard est plutôt tourné vers l'intérieur. Elle n'exprime aucune émotion, est prudente et minutieuse.

Cette personne a une expression de visage sévère et un regard fixe. Elle dit exactement ce dont elle a besoin, avec des phrases courtes et claires. Elle est résolue, déterminée, et plutôt impatiente.

2. Exemples: comment procéder



A quoi faire attention quand vous déterminez les besoins de ces deux personnes.



Répondez aux questions ci-après en vous mettant par 4:

- À quoi les personnes accordent-elles de l'importance?
- Combien de temps la détermination des besoins doit-elle durer?

3. D, I, S, G : Mon comportement pendant la vente

1. J'agis de façon énergique et déterminée; je veux résoudre les problèmes et parvenir rapidement à une conclusion.
4. Je fais preuve d'objectivité et de sollicitude; je veille à être précis-e pour éviter les problèmes.
2. J'ai une nature ouverte et loquace; je suis motivé-e pour convaincre les autres, et optimiste.
3. Mon comportement est prudent et collaboratif; je suis patient-e, avec de bonnes qualités d'écoute.

3. D, I, S, G : Mon comportement pendant la vente

1 J'agis de façon énergique et déterminée; je veux résoudre les problèmes et parvenir rapidement à une conclusion.

4 J'agis avec objectivité et sollicitude; je veille à être précis-e pour éviter les problèmes.

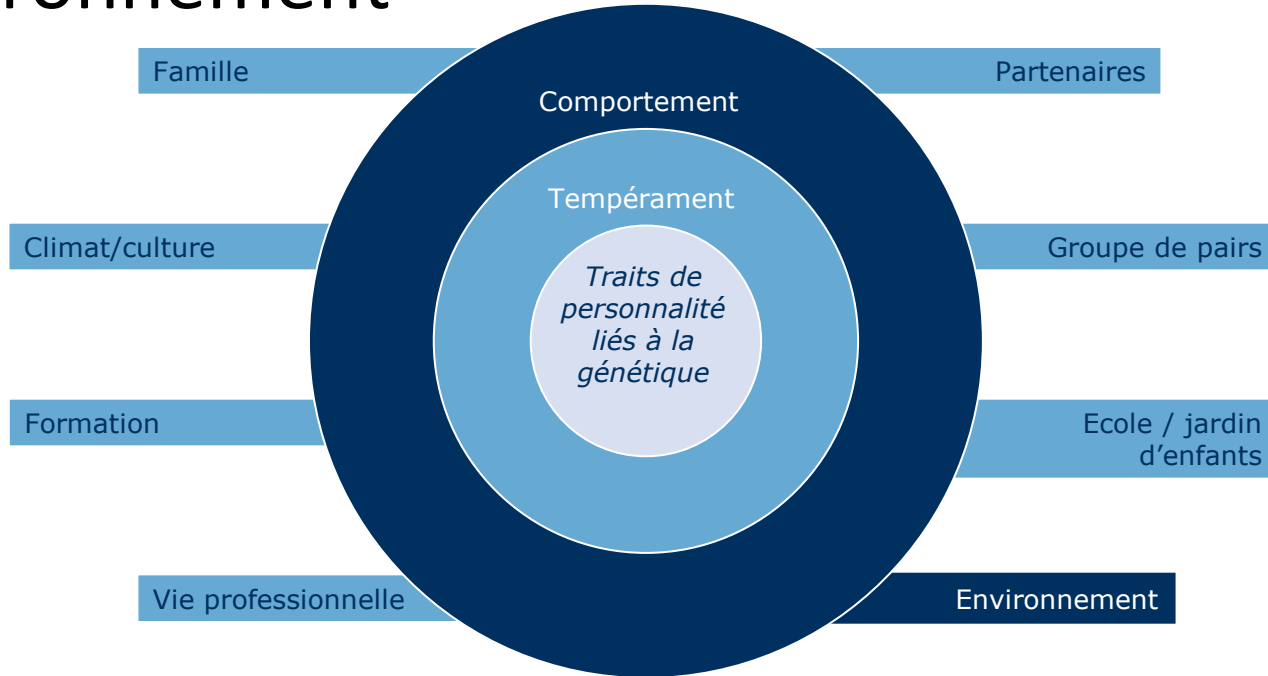
		COMMENT JE PERÇOIS MON ENVIRONNEMENT	
		fatigant/stressant	agréable/pas stressant
COMMENT JE RÉAGIS À MON ENVIRONNEMENT?	avec détermination	D	I
	avec réserve	G	S

2 J'ai une nature ouverte et loquace; je suis motivé-e pour convaincre les autres, et optimiste.

3 Mon comportement est prudent et collaboratif; je suis patient-e, avec de bonnes qualités d'écoute

3. D, I, S, G : Théorie du profil de personnalité en situation

La métaphore de l'oignon: le MOI dans son environnement



3. A quoi correspondent les dimensions D, I, S et G?



- Ce sont les initiales des mots *Dominanz* (dominance), Initiative, *Stetigkeit* (stabilité) et *Gewissenhaftigkeit* (conformité), les quatre principaux aspects du comportement.
- Chaque dimension représente une perception différente de l'environnement, avec une réaction particulière.
- Cela signifie que notre comportement peut varier suivant la situation et les personnes qui nous entourent.

3. D, I, S, G : Aspects fondamentaux

■ **Les personnes sont toutes différentes.** La règle de base suivante s'applique donc: vous devez proposer au client / à la cliente un avantage en lien avec son type de caractère.

Erreurs fréquentes: le vendeur oriente sa communication commerciale en fonction du comportement qu'il préfère. Il argumente donc comme si le client / la cliente était lui-même / elle-même. La plupart du temps, ce n'est pas approprié.

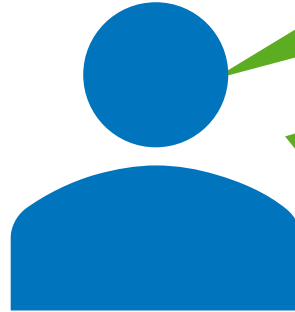
Dans le style commercial, la **capacité d'adaptation** est une compétence acquise et non un don naturel.

3. D, I, S, G : Les 5 questions-clés

Qu'est-ce que votre client-e pense de vous?

Comment avoir du succès avec le client / la cliente?

Quelles sont les qualités principales essentielles pour le client / la cliente? Quels points particuliers devriez-vous travailler pour avoir encore plus de succès?



Comment devriez-vous adapter votre comportement commercial pour bien communiquer avec cette personne?

À quel point parvenez-vous à comprendre le client / la cliente? Conservez-vous votre comportement commercial ou vous adaptez-vous au comportement du client / de la cliente, tout en gardant votre naturel?

3. D, I, S, G : Indices

Contact visuel



Expression du visage

Gestuelle



Posture

Langue

3. D, I, S, G : les client-es D

Ces personnes veulent savoir **CE QUE** ça leur apporte.



Ce que vous devez faire:

- Aller droit au but, de façon rigoureuse, claire, brève et rapide
- Exprimer clairement l'avantage (qu'est-ce que ça apporte?)
- Proposer des choix et des solutions de remplacement
- Valider les points de vue
- Résumer brièvement le résultat et finaliser

3. D, I, S, G: les client-es I

Ces personnes veulent savoir, **À QUI** elles ont affaire.



Ce que vous devez faire:

- Communiquer de façon ouverte, chaleureuse et amicale
- Prendre le temps de construire la relation
- Écouter avec attention
- Exprimer l'enthousiasme
- Souligner la nouveauté, la particularité et l'originalité
- Donner des références d'expert-es et de leaders d'opinion

3. D, I, S, G : les client-es S

Ces personnes veulent savoir, **COMMENT** le produit fonctionnera ensuite pour elles.



Ce que vous devez faire:

- Faire preuve de sincérité, d'ouverture d'esprit et de franchise
- Écouter attentivement; parler bas et de façon détendue
- Explorer avec patience les objectifs du client / de la cliente
- Souligner comment le fait de réfléchir posément amènera progressivement à l'objectif
- Parler du service et de la fiabilité

3. D, I, S, G : les client-es G

Ces personnes ont besoin de temps pour réfléchir à toutes les informations et comprendre le **POURQUOI** des choses avant de prendre une décision.



Ce que vous devez *faire*:

- Vous appuyer sur des faits et des avantages logiques et évidents
- Vous concentrer sur les détails
- Faire preuve d'organisation et avoir tous les faits en tête
- Répondre aux objections avec précision et en détail
- Consigner les décisions par écrit
- Souligner la qualité et la fiabilité

4. Quel avenir? Quel comportement adopter maintenant?



Ces deux personnes veulent acheter leur première paire de lunettes à verres progressifs.



Cette personne a un visage grave et pensif; elle est réservée et taciturne. Son regard est plutôt tourné vers l'intérieur. Elle n'exprime aucune émotion, est prudente et minutieuse.

Cette personne a une expression de visage sévère et un regard fixe. Elle dit exactement ce dont elle a besoin, avec des phrases courtes et claires. Elle est résolue, déterminée, et plutôt impatiente.

Questions



Merci beaucoup, rentrez bien

Jürg Mattes

Pour les questions: mattes@feis-it.ch



Vous pouvez faire des client-es des ambassadeurs/ambassadrices

Check-list pour l'évaluation du comportement du client / de la cliente

Cette personne se comporte plutôt de la façon suivante....

<input type="checkbox"/>	Avec détermination / contact direct
<input type="checkbox"/>	Elle arrive vite à l'essentiel
<input type="checkbox"/>	Elle est plutôt volubile/expressive
<input type="checkbox"/>	Elle parle fort
<input type="checkbox"/>	Elle est directe

ou

<input type="checkbox"/>	Sur la réserve
<input type="checkbox"/>	A besoin de temps
<input type="checkbox"/>	Pose plus de questions
<input type="checkbox"/>	Parle bas et doucement
<input type="checkbox"/>	Est polie

Cette personne se comporte plutôt de la façon suivante....

DOMINANZ

ou

INITIATIV

STETIG

ou

GEWISSENHAFT

<input type="checkbox"/>	Compétitif/ve et dominant-e
<input type="checkbox"/>	Peu communicatif/ve
<input type="checkbox"/>	Expression de visage froide/distante
<input type="checkbox"/>	Absence d'émotion
<input type="checkbox"/>	Air résolu
<input type="checkbox"/>	Concentration sur le <i>QUOI</i>
<input type="checkbox"/>	Motivation: objectifs et résultats

<input type="checkbox"/>	Loquace, avec un pouvoir d'influence
<input type="checkbox"/>	Attitude ouverte
<input type="checkbox"/>	Expression de visage vivante
<input type="checkbox"/>	Exprime des émotions
<input type="checkbox"/>	Non conventionnel-le
<input type="checkbox"/>	Concentré-e sur le <i>QUI</i>
<input type="checkbox"/>	Motivation: les autres et le consentement

<input type="checkbox"/>	Conciliant-e et obéissant-e?
<input type="checkbox"/>	Attitude ouverte
<input type="checkbox"/>	Expression de visage
<input type="checkbox"/>	Empathie
<input type="checkbox"/>	Détente, à l'écoute
<input type="checkbox"/>	Concentration sur le <i>COMMENT</i>
<input type="checkbox"/>	Motivation: sécurité et soutien

<input type="checkbox"/>	Analytique et réfléchi-e?
<input type="checkbox"/>	Peu communicatif/ve
<input type="checkbox"/>	Peu de gestuelle et de mimiques
<input type="checkbox"/>	Attitude distante
<input type="checkbox"/>	Formel-le
<input type="checkbox"/>	Concentration sur le <i>POURQUOI</i>
<input type="checkbox"/>	Motivation: règles et standards

Vous pouvez faire des client-es des ambassadeurs/ambassadrices

Comportement dominant:

Ces personnes veulent savoir **CE QUE** ça leur apporte.

Ce que vous devez faire:

- Aller droit au but, de façon rigoureuse, claire, brève et rapide
- Exprimer clairement l'avantage (qu'est-ce que ça apporte?)
- Proposer des choix et des solutions de remplacement
- Valider les points de vue
- Résumer brièvement le résultat et finaliser

Comportement influenceur:

Ces personnes veulent savoir, **À QUI** elles ont affaire.

Ce que vous devez faire:

- Communiquer de façon ouverte, chaleureuse et amicale
- Prendre le temps de construire la relation
- Écouter avec attention
- Exprimer l'enthousiasme
- Souligner la nouveauté, la particularité et l'originalité
- Donner des références d'expert-es et de leaders d'opinion

Comportement obéissant:

Ces personnes ont besoin de temps pour réfléchir à toutes les informations et comprendre le **POURQUOI** des choses avant de prendre une décision.

Ce que vous devez faire:

- Vous appuyer sur des faits et des avantages logiques et évidents
- Vous concentrer sur les détails
- Faire preuve d'organisation et avoir tous les faits en tête
- Répondre aux objections avec précision et en détail
- Consigner les décisions par écrit
- Souligner la qualité et la fiabilité

Comportement stable:

Ces personnes veulent savoir, **COMMENT** le produit fonctionnera ensuite pour elles.

Ce que vous devez faire:

- Faire preuve de sincérité, d'ouverture d'esprit et de franchise
- Ecouter attentivement; parler bas et de façon détendue
- Explorer avec patience les objectifs du client / de la cliente
- Souligner comment le fait de réfléchir posément amènera progressivement à l'objectif
- Parler du service et de la fiabilité

Références

Tous les documents viennent de persolog GmbH