



Vendre et Négociier avec la process Com

En avons-nous toujours pleinement conscience ? Le succès de nos relations dépend de la qualité de notre communication.

Les techniques et les outils pour mieux communiquer avec l'entourage professionnel et personnel sont nombreux et pourtant ils ne suffisent pas pour se mettre en phase rapidement avec des interlocuteurs aux personnalités très différentes.

La PROCESS COM® est un modèle immédiatement opérationnel qui permet de développer une communication efficace. Il prend en compte la spécificité de chacun et lui permet de donner le meilleur de lui-même, même dans les situations de conflits d'intérêt. Être formé à la Process Com® permet ainsi de fluidifier la communication dans l'entreprise, avec ses partenaires et dans sa vie personnelle.

La Process Com® est connue, reconnue et utilisée dans le monde entier comme outil de communication et d'aide au management des entreprises.

Ce modèle a été créé par le psychologue américain Taibi Kahler, en collaboration avec la NASA, à la fin des années 70, pour constituer des équipes complémentaires et soudées et prévoir les réactions sous stress léger et sévère des astronautes. Taibi Kahler, entouré de nombreux psychologues a ensuite développé son modèle à travers de multiples applicatifs dont le management, la cohésion d'équipe, le recrutement, le coaching, la négociation, la vente.

Prérequis :

Cette formation ne nécessite pas de prérequis. Il est demandé aux participants de remplir un questionnaire en amont du présentiel pour établir leur inventaire de Personnalité Process Com®

Formation Process Communication Model®

Personnes concernées :

Commerciaux et responsables commerciaux maîtrisant les techniques de vente pour un meilleur développement commercial

Durée :

2 jours en journées d'étude (14 Heures)

Tarif :

Inter : 1044 €HT*
Intra : 2730 € hors IDP
*Prix par personne

Les Objectifs :

- Intégrer les outils de la Process Com® et la mettre en œuvre en situation de négociation ;
- mieux se connaître pour ajuster ses réactions à celles des clients ;
- identifier le profil de ses clients et leurs modes de communication préférentiels pour être en symétrie avec eux ;
- comprendre les besoins du client et y répondre avec l'aide de la Process Com®.



Pédagogie :

La pédagogie utilisée est basée sur une alternance entre la présentation des concepts, des exercices et jeux de rôles, des études de cas apportés par les participants, des entraînements sur des situations type présentées en vidéo.

Avant le séminaire, chaque participant répond à un questionnaire dont le traitement confidentiel par informatique permet d'établir l'inventaire de personnalité du participant. Ce support permet à chacun de se situer et de s'appropriier les concepts, en référence à sa propre personnalité.

Intervenant : L'animation de la formation à la Process Com : elle est assurée exclusivement par un réseau de formateurs et coach certifiés par la société Kalher Communication.



Christophe Petit.

Consultant formateur certifié Process communication Model® par Kalher France et formateur certifié NLPLN par l'institut Repère à Paris.

Après 15 ans d'expérience en tant que chef d'entreprise et conseil en image de soi et des groupes, il devient formateur pour plusieurs centres de formation. Auteur de 21 livrets de formations qualifiantes pour une école de formation à Paris, il s'est formé en PNL, en Analyse transactionnelle, en organisation des entreprises. Puis il passe une certification de formateur NLPLN, et ensuite une certification en tant que consultant formateur en PCM.

Dates 2015 / 2016 :

- L 16 au M 17/11 /2015
- L 25 au M 26/01/2016
- L 14 au M 15/03/2016
- L 20 au M 21/06/2016

Dimension 6 P est une activité d'ITG.

Programme :

Intégrer les outils de la Process Com® et la mettre en œuvre en situation de négociation

- Identifier et comprendre son profil Process Com® ;
- identifier ses propres besoins psychologiques et leur impact sur la performance ;
- développer sa flexibilité en activant les différentes parties de sa personnalité.

Mieux se connaître pour mieux anticiper ses réactions

- Identifier et comprendre son profil psychologique ;
- repérer ses conditions de réussite et savoir les utiliser ;
- repérer ses sources de stress pour mieux gérer les situations tendues.

Identifier le profil de ses clients, leurs modes de communication préférentiels pour être en symétrie avec eux

- Identifier les modes de perception de l'environnement et les types de personnalité ;
- utiliser la matrice d'identification pour repérer le type de personnalité de son interlocuteur.

Comprendre les besoins du client et y répondre à l'aide de la Process Com®

- Déceler les signes révélateurs du type de personnalité de ses clients ;
- identifier les différents besoins psychologiques et leur impact dans la relation commerciale ;
- satisfaire les besoins du client en adaptant sa personnalité.