

Neurosciences et vente : comprendre comment fonctionne le cerveau pour mieux convaincre.



PUBLIC : Collaborateurs CMA, Conseillers relation client & assistants de Formalités, conseillers



PRÉREQUIS : Maîtrise minimum de l'offre de service et des méthodes de vente

€ TARIFS

Inter : 700€

Intra : *Contactez-nous, il est possible qu'un formateur soit disponible dans votre région.*



Vous souhaitez adapter ce programme à vos besoins ? Sollicitez-nous.

**2 jours (14H) -
Présentiel 100% -
Distanciel 100% ou
Blended**

LES OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✓ Identifier les biais cognitifs
- ✓ Adapter son discours
- ✓ Renforcer l'efficacité commerciale en valorisant les propositions adaptées

LE PROGRAMME

JOUR 1 MATIN

- Tour de table des enjeux, objectifs et thèmes spécifiques à la session
- Comprendre comment le cerveau prend ses décisions et quels leviers activent l'attention, l'émotion et la mémorisation.
- Identifier les biais cognitifs majeurs qui influencent les comportements d'achat.
- Mieux se connaître et comprendre ses préférences comportementales.
- Prendre conscience de l'influence de son style sur sa posture commerciale.

APRES-MIDI

- Apprendre à décoder les comportements et préférences des clients.
- Ajuster sa posture, ses arguments et sa relation selon le style DISC

LES + PÉDAGOGIQUES

- Pédagogie active et inversée
- Entrainement séquencé, avec des modalités de training variées
- Entrainement en situation fictive : simulations ou jeux de rôle qui recréent un contexte métier sécurisé avant la mise en pratique réelle.

- Combiner les leviers neuroscientifiques et la lecture comportementale pour renforcer son efficacité commerciale.
- Développer une communication plus engageante et mémorable.

JOUR 2

MATIN

- Renforcer la qualité de la découverte client en intégrant les enjeux émotionnels et comportementaux.
- Savoir poser des questions qui favorisent la confiance et l'engagement.
- Savoir valoriser l'offre en jouant sur la perception de valeur, l'urgence et la preuve sociale.
- Développer des argumentaires qui parlent au cerveau du client.

APRES-MIDI

- Savoir ajuster ses réponses aux objections selon les préférences comportementales DISC.
- Conclure un entretien de manière efficace et adaptée aux profils clients.
- S'entraîner à dérouler toutes les étapes de l'entretien en intégrant les apports DISC et neurosciences.
- Renforcer la fluidité, la confiance et la cohérence du discours.

EVALUATIONS

- Questionnaire d'auto-positionnement en amont et en aval du parcours de formation
- Plan d'action rédigé et validé par le formateur au terme de chaque formation

Pour toute question concernant la participation de personnes en situation de handicap, contacter directement CMA Académie (coordonnées ci-dessous).