DCF MARSEILLE PROVENCE

Mieux vous connaître pour Influencer positivement

@christineMorlet
@DCFMarseille

S'entraîner…

Pour être positivement influent

La posture
J'aide
DCF
MARSEILLE PROVENCE
DIRIGEANTS COMMERCIAUX DE FRANCE

Focus
positif

Le
sourire

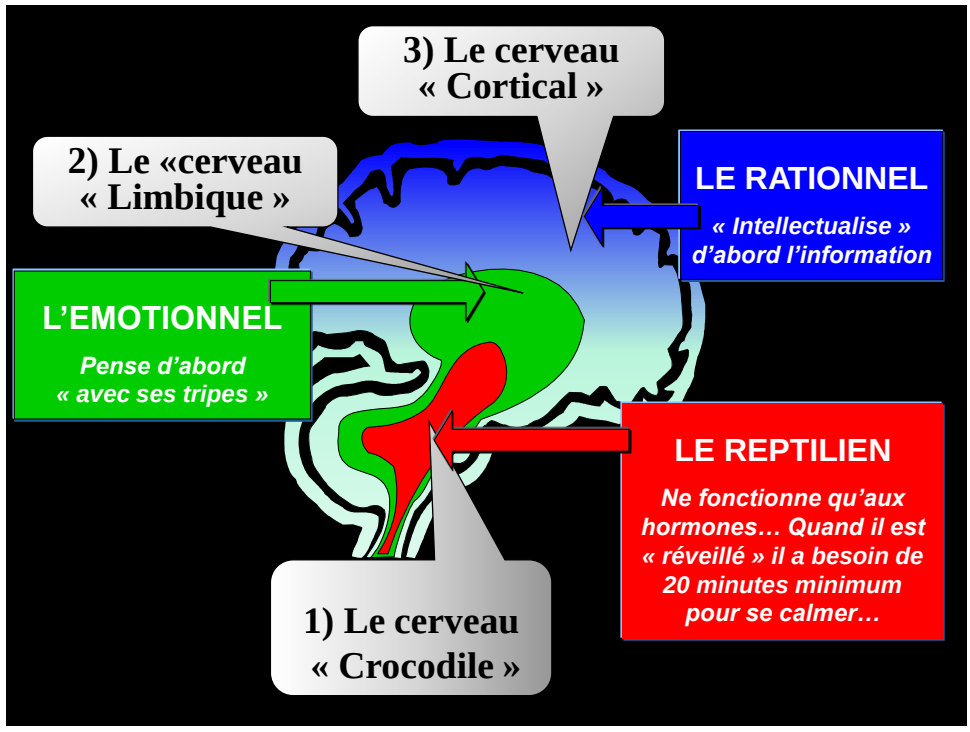
La poignée
de main

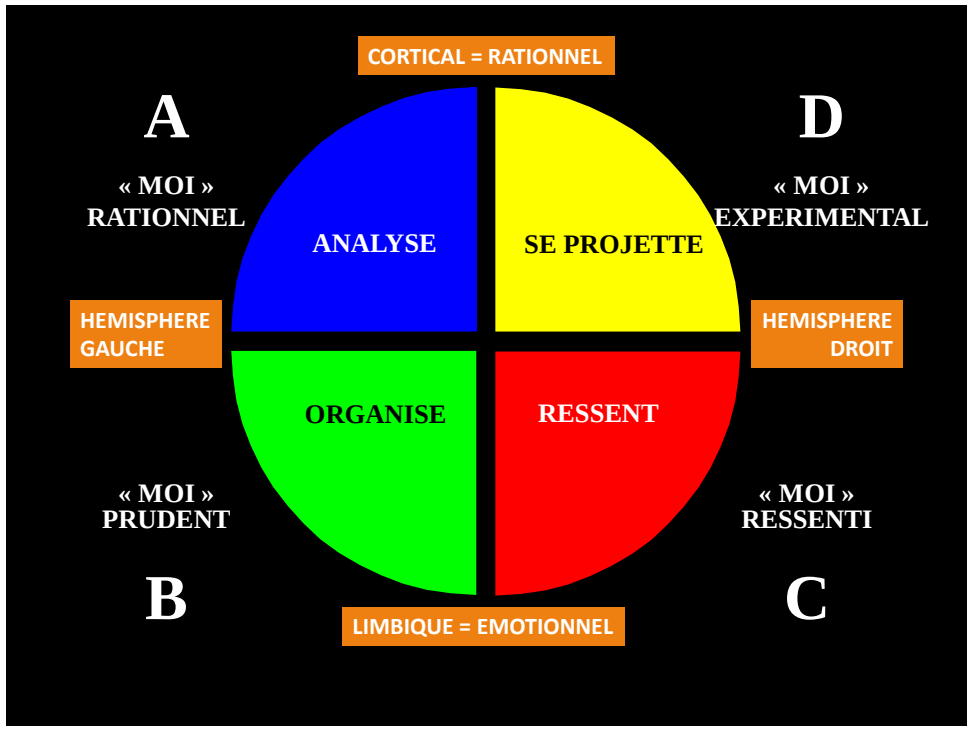
L'écoute

Bâtir un réseau de confiance

Focus positif
Réseau de confiance
Sourire
Posture
Poignée de main

MIEUX SE CONNAITRE POUR INFLUENCER POSITIVEMENT SES CLIENTS


3) Le cerveau « Cortical »
2) Le «cerveau « Limbique »
LE RATIONNEL
« Intellectualise » d'abord l'information
L'EMOTIONNEL
Pense d'abord « avec ses tripes »
LE REPTILIEN
Ne fonctionne qu'aux hormones… Quand il est « réveillé » il a besoin de 20 minutes minimum pour se calmer…
1) Le cerveau « Crocodile »


CORTICAL = RATIONNEL
A
« MOI » RATIONNEL
ANALYSE
D
« MOI » EXPERIMENTAL
SE PROJETTE
HEMISPHERE GAUCHE
HEMISPHERE DROIT
ORGANISE
RESSENT
« MOI » PRUDENT
« MOI » RESSENTI
B
C
LIMBIQUE = EMOTIONNEL

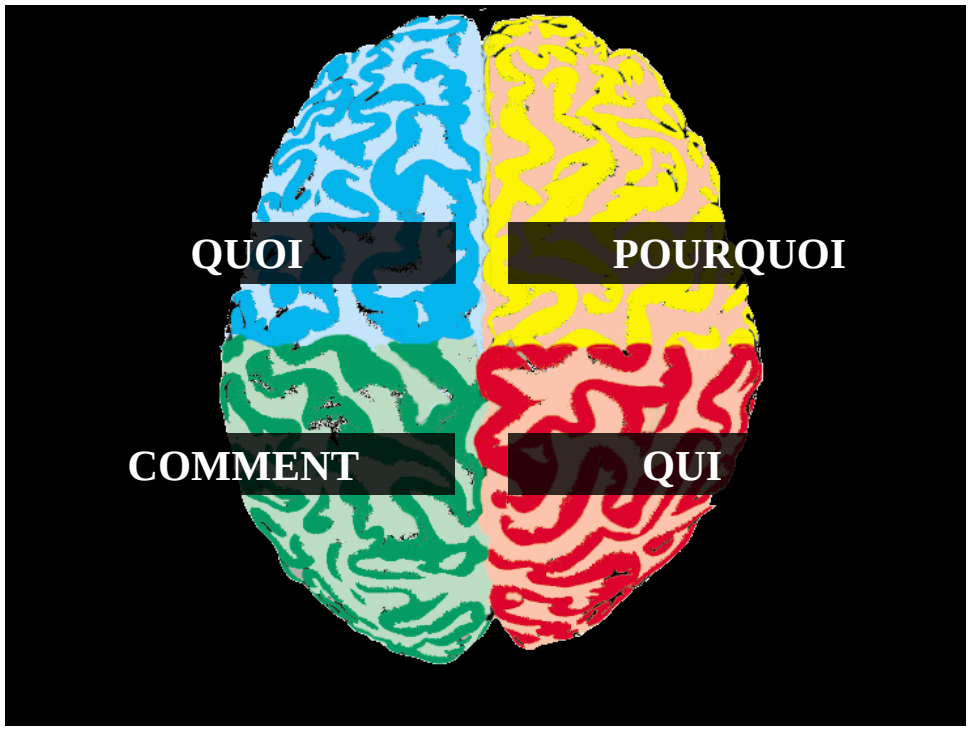
Intérêts

Performance Efficacité Fonction Valeur	Exploration Stratégie Concepts Humour
Qualité Sécurité Fiabilité Opérationnel	Amour Charité Communication Contact humain

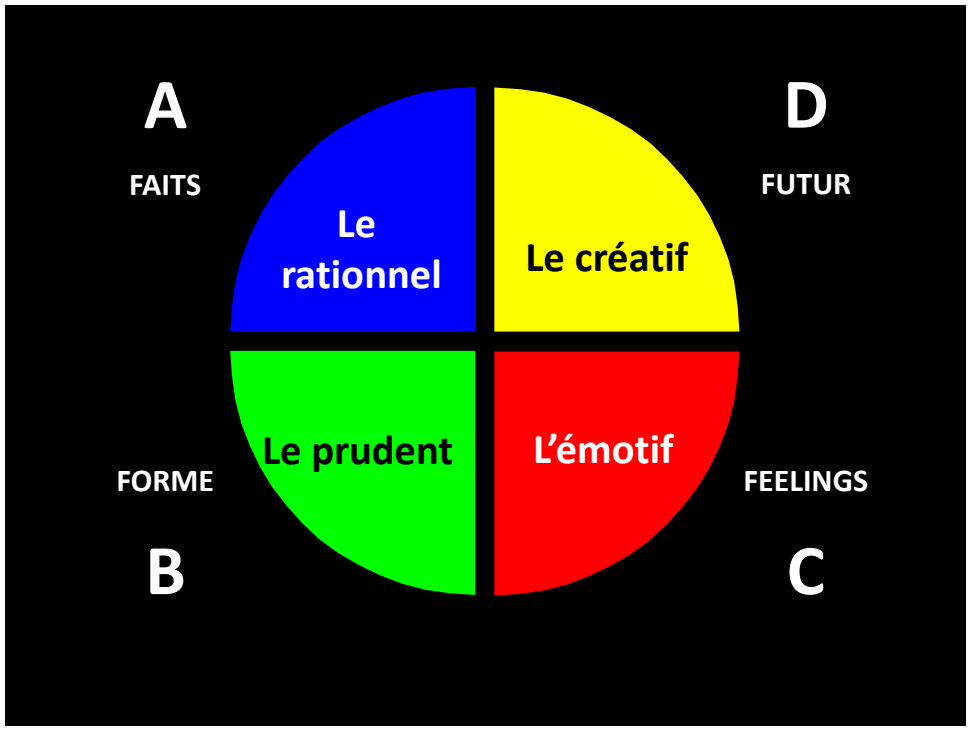
Attitudes

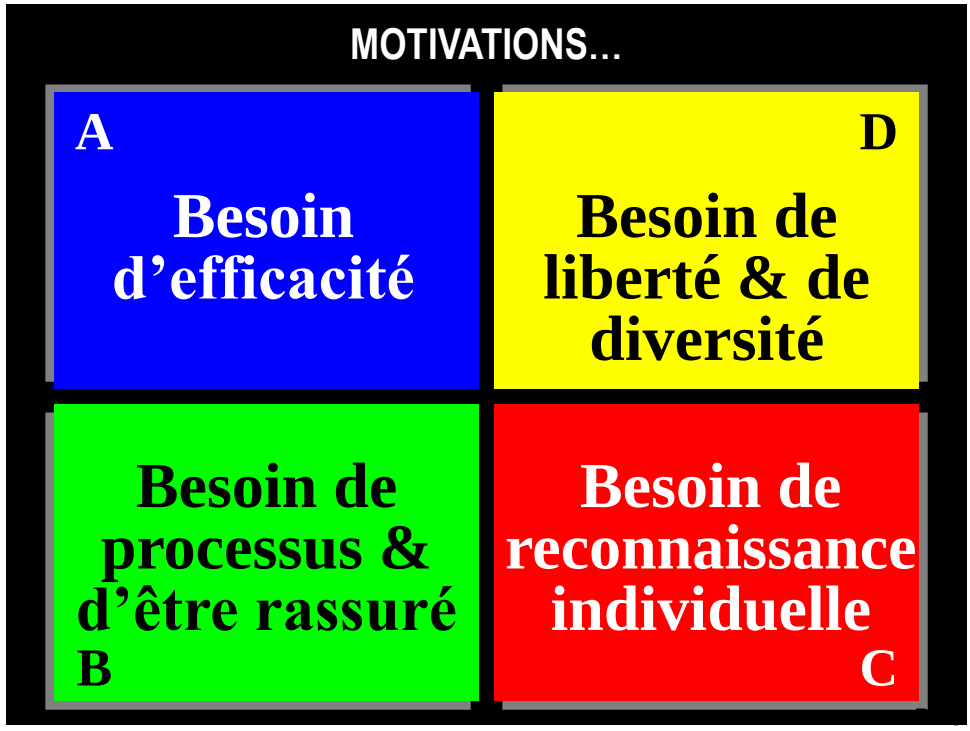
Considère les aspects financiers Réunit les faits	Résout les problèmes de façon intuitive Intègre facilement les idées et les nouveaux concepts
Remarque les défauts Envisage les questions en terme de planning	Perçoit les difficultés relationnelles Anticipe le ressenti des autres

4 questions préférées

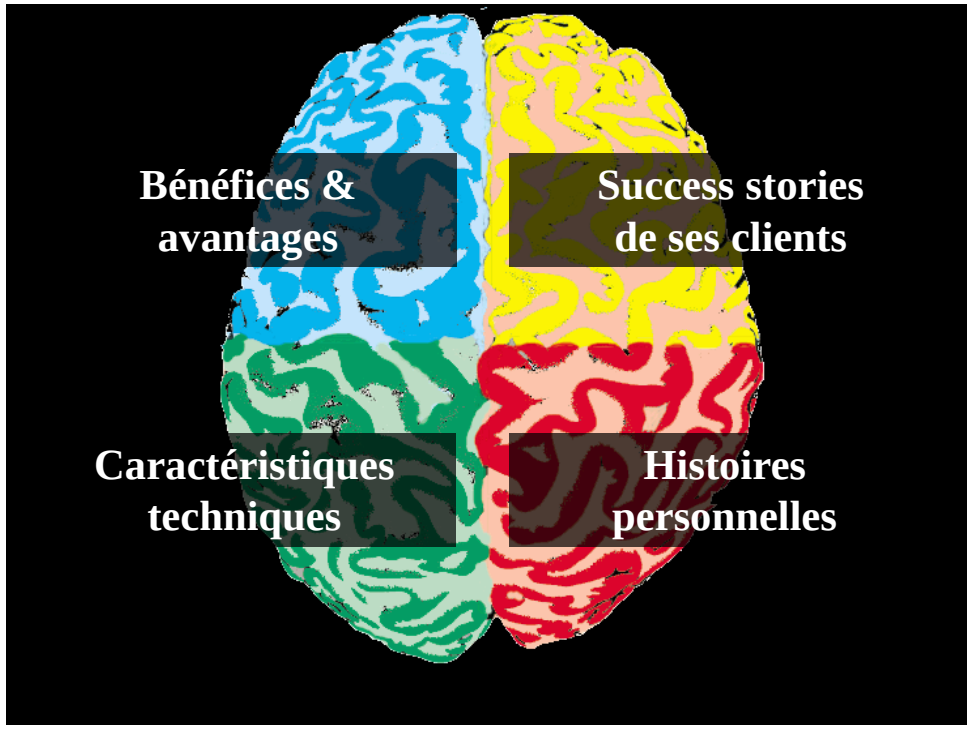


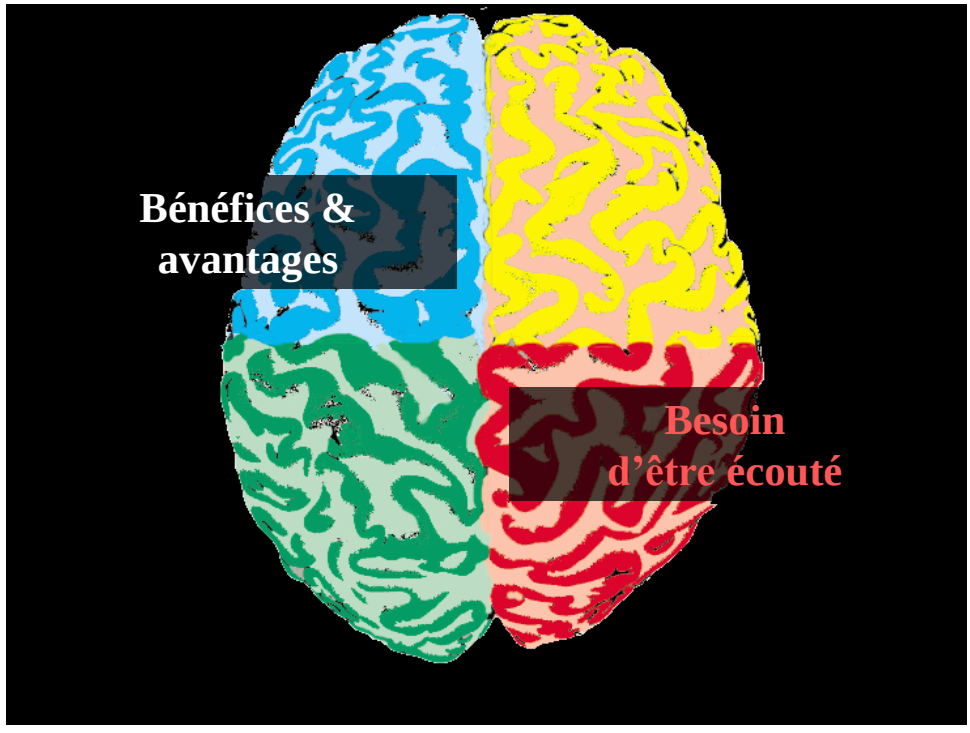
4 types de Clients

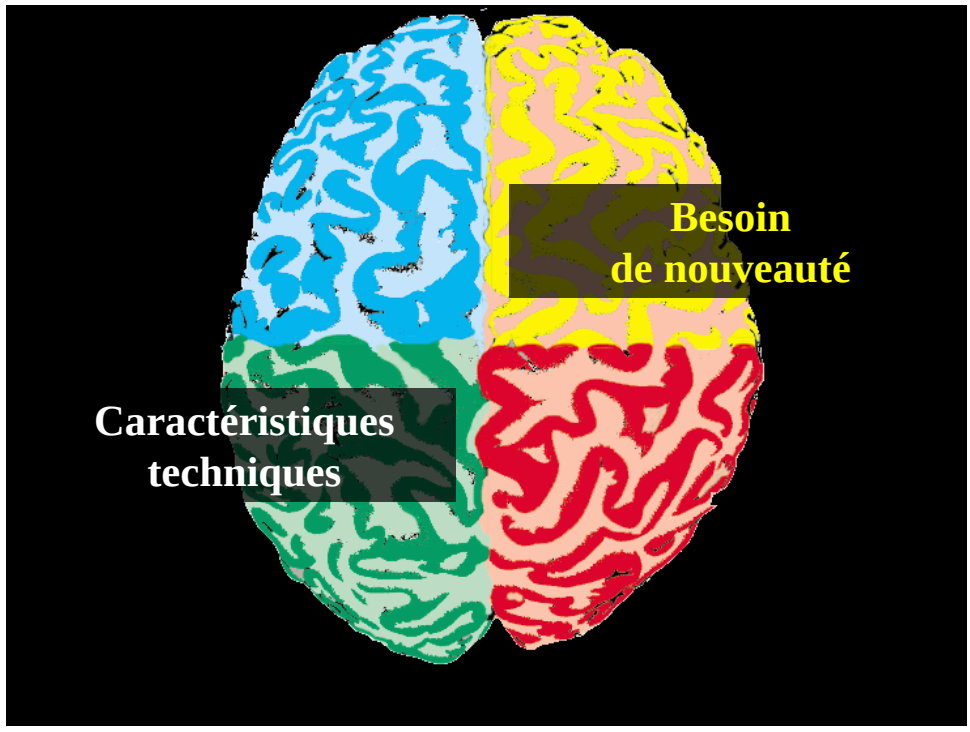


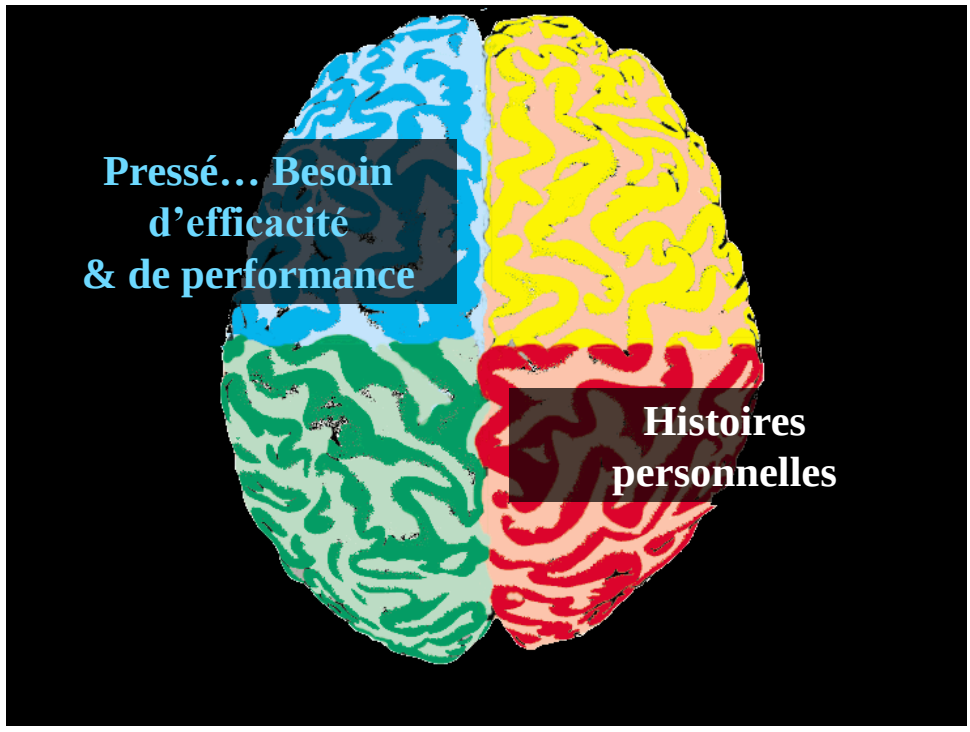

MOTIVATIONS…
A
Besoin d'efficacité
D
Besoin de liberté & de diversité
Besoin de processus & d'être rassuré
B
Besoin de reconnaissance individuelle
C

4 styles de vendeurs


Bénéfices &
avantages
Success stories
de ses clients
Caractéristiques
techniques
Histoires
personnelles


Bénéfices &
avantages
Besoin
d'être écouté


Besoin
de nouveauté
Caractéristiques
techniques


Pressé… Besoin
d'efficacité
& de performance
Histoires
personnelles

DCF MARSEILLE PROVENCE
DIRIGEANTS COMMERCIAUX DE FRANCE

A

QUOI ?
« Association créée en 1996, 70 membres au sein d'un réseau de 2 500 membres en France.

D

POURQUOI ADHERER ?
Echanger avec des confrères
Faire évoluer la profession
Inspirer les jeunes…

COMMENT ?
De nombreuses rencontres réseaux
Des commissions de travail
B **Des reunions mensuelles**

QUI ? Patrons de PME, cadres dirigeants qui souhaitent partager des contacts et bonnes pratiques.
Président : Pierrik TERRASSE
C

Comment vendre ce stylo ?

A

Bénéfices UPB (unique perceived benefit)

D

Perspectives Innovation…

Caractéristiques techniques

B

Ressenti Confort…

C

Albert Einstein ?

- Imaginatif
- Analytique
- Conceptuel
- Mathématique

Albert Einstein

- Imaginatif
- Analytique
- Conceptuel
- Mathématique

Mère Thérèsa ?

- Humaniste
- Spirituelle
- Interpersonnelle
- Organisée

Princesse Diana ?

- Humaniste
- Interpersonnelle
- Visionnaire
- Sensible

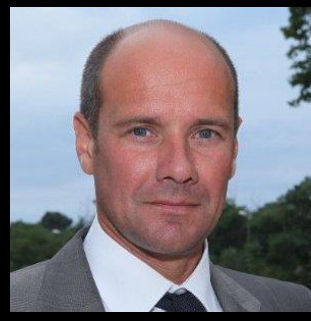
Mère Thérèsa

- Humaniste
- Spirituelle
- Interpersonnelle
- Organisée

Princesse Diana

- Humaniste
- Interpersonnelle
- Visionnaire
- Sensible

Pierrik TERRASSE

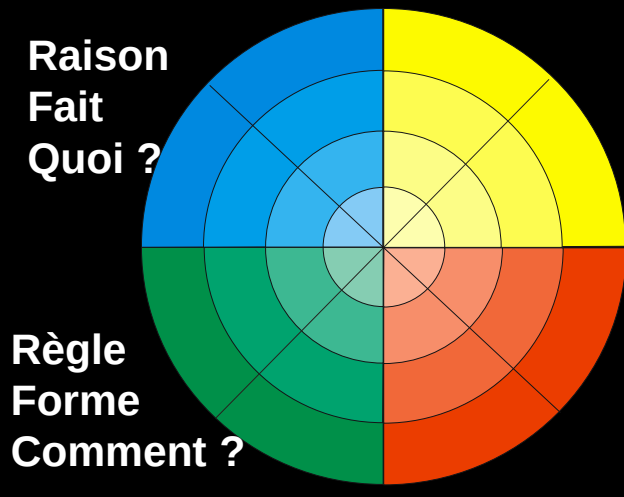


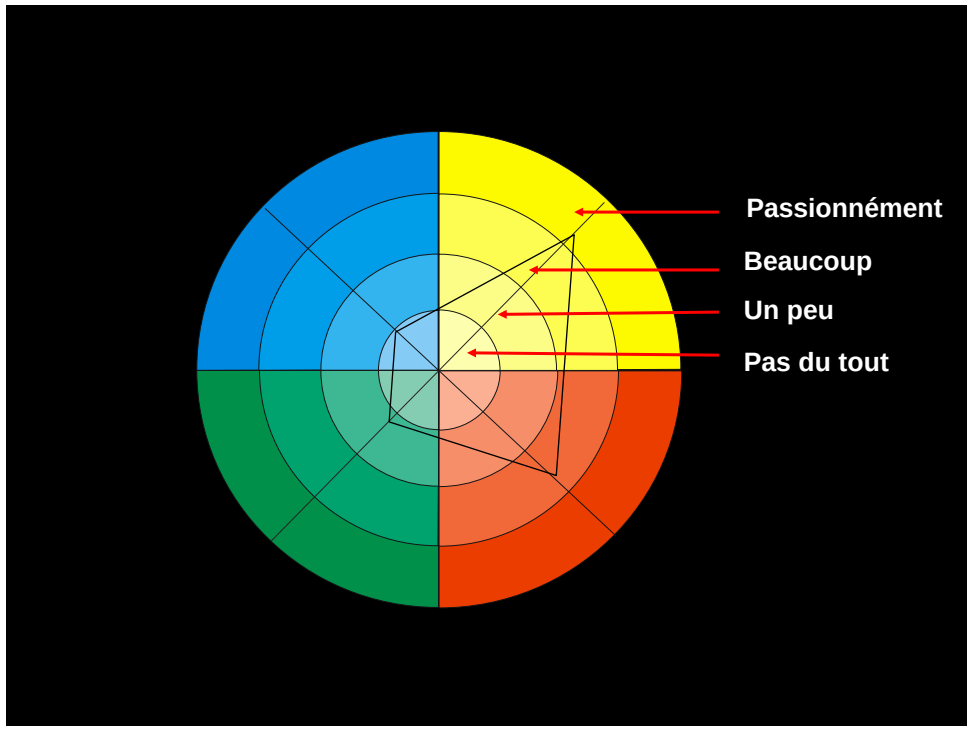
- Rationnel
- Visionnaire
- Empathique

Denis AMBLARD

- Synthétique
- Intuitif
- Conventionnel

Et vous…
Vous vous voyez comment ?





Et vous…
Vous vous voyez comment ?

Choisissez un ballon de la couleur de votre préférence

A

Manque de rationnel

D

Manque de créativité

Manque d'organisation

B

Manque d'émotionnel

C

Identifiez votre Binôme DCF !

Influencez !

DCF MARSEILLE PROVENCE

Un grand **Merci**

À Pierrik, Denis & toute l'équipe des DCF Marseille Provence !

www.christine-morlet.fr