

L'approche commerciale du professionnel

Objectifs

- Favoriser une approche unique pour les besoins professionnels et privés
- Apporter une valeur ajoutée à son client professionnel
- Se différencier de la concurrence par une approche complète et pertinente

Public :

Conseillers, chargés de clientèle particulier, professionnel et entreprise.

Durée : 2 jours (14 heures)

Participants : 2 à 10 max.

PROGRAMME

1. Connaître le professionnel

- Les différents statuts juridiques :
 - Entreprise individuelle
 - Société
 - Personne morale/personne physique
- Les statuts fiscaux :
 - BIC/BNC/BA et IS
- Impact sur le statut social
 - Assimilé salarié
 - Travailleur non salarié
- Cas des micro-entreprises
- Le statut du conjoint
- Savoir lire et interpréter les documents comptables
 - Bilan comptable
 - Comptes de résultat
 - Solde intermédiaire de gestion

2. Les besoins du client professionnel

- L'importance de la découverte
- Besoins professionnels
 - Produits bancaires
 - Protection sociale du TNS, de l'entreprise et des salariés
 - Protection des biens professionnels
- Besoins privé
 - Produits bancaires
 - Protection sociale de la famille
 - Protection des biens privés

3. La relation commerciale

- L'entrée en relation
 - Prospection
 - Recommandation
- Identifier les attentes et les besoins
- Comment faire une découverte complète
- L'importance de la préparation des entretiens
- Communication et suivi de la relation
- Quelles attitudes adopter

Mise en situation

4. Le traitement des objections clients

- Répondre aux objections en faisant la synthèse des solutions à titre professionnel et privé
- Maîtriser les techniques de traitement des objections
- Verrouiller la vente
- Entraînements : de l'accueil à la conclusion