

Table des matières

Introduction.....	5
-------------------	---

Partie 1 Qui suis-je ?

Les trois états du moi selon l'Analyse Transactionnelle	9
1. Parent, Adulte, Enfant	9
2. L'état du moi dominant.....	10
Suis-je suffisamment spontané et rationnel ?	15
1. Être spontané.....	15
2. Être rationnel et constructif	15
3. Éviter le jugement de valeur et l'émotion.....	16
4. Comment évoluer?	16
Mon éducation me freine-t-elle ?	17
1. Les messages contraignants	17
2. Se débarrasser de ses entraves	28
Quel est mon registre sensoriel dominant ?	29
1. Les 3 registres : visuel, auditif et kinesthésique	29
2. Leur façon de dialoguer.....	30
3. Rééquilibrer vos registres sensoriels	36
L'ennéagramme pour connaître sa nature émotionnelle	38
1. La théorie.....	38
2. Les 9 types de personnalités.....	39
Le MBTI pour identifier son mode opérationnel.....	47
1. Les quatre grands principes du MBTI.....	47
2. Les huit préférences en détail.....	48

Partie 2

Quel est mon rapport aux autres ?

Quelle relation je recherche ?	53
1. Les 4 types de rapports selon l'Analyse Transactionnelle.....	53
2. Les avantages et inconvénients des différents scénarii d'une négociation	54
3. En pratique	55
4. À la recherche de la coopération.....	58
Suis-je capable de pratiquer l'écoute active ?	60
1. L'écoute active.....	60
2. Être centré sur son interlocuteur plutôt que sur soi	63
Suis-je assertif ?	65
1. L'assertivité, capitale pour la vente	65
2. Devenir plus assertif.....	70

Partie 3

Bien communiquer pour bien vendre

Les risques de mauvaise communication	73
1. Le modèle émetteur-récepteur	73
2. Les nombreuses possibilités de mécompréhension	74
Réussir le premier contact	76
1. Une priorité	76
2. La loi des 4 fois 20	76
3. Soigner sa tenue vestimentaire.....	77
4. Ajuster sa distance.....	78
Trois canaux pour une seule communication	80
1. Adapter son vocabulaire	80
2. Jouer de sa voix	81
3. Le corps est notre premier message.....	83

Se mettre en phase avec son interlocuteur	85
1. Cerveau droit et cerveau gauche : repérer son mode de perception.....	85
2. Identifier le registre sensoriel du client.....	86
Être constructif	88
1. Parler positif	88
2. Reformuler	91

Partie 4

Réussir chaque étape

Préparer son entretien	97
1. Se fixer un objectif et une stratégie.....	97
2. Réunir des éléments sur le client et l'entreprise, leur projet	97
3. Fourbir ses arguments : travailler le CAP du produit.....	98
En entretien : savoir questionner	101
1. L'objectif : identifier les besoins.....	101
2. Différents types de questions qui ont chacune leur fonction	101
3. Lesquelles utiliser et quand?.....	103
Hiérarchiser les besoins pour y répondre	106
1. Différentes hiérarchies des besoins.....	106
2. SONCAS : 6 types d'attentes.....	107
3. Comment les repérer?.....	108
4. Comment y répondre?	108
Argumenter sur la bonne solution	112
1. Différents types d'arguments.....	112
2. Prouver ce qu'on avance	113
3. Contrer les objections	113
Savoir conclure	116
1. Un état d'esprit	116
2. Préparer sa conclusion.....	116
3. Choisir le bon moment	116
4. Comment conclure	117

En guise de conclusion..... 119

Pour aller plus loin..... 120