

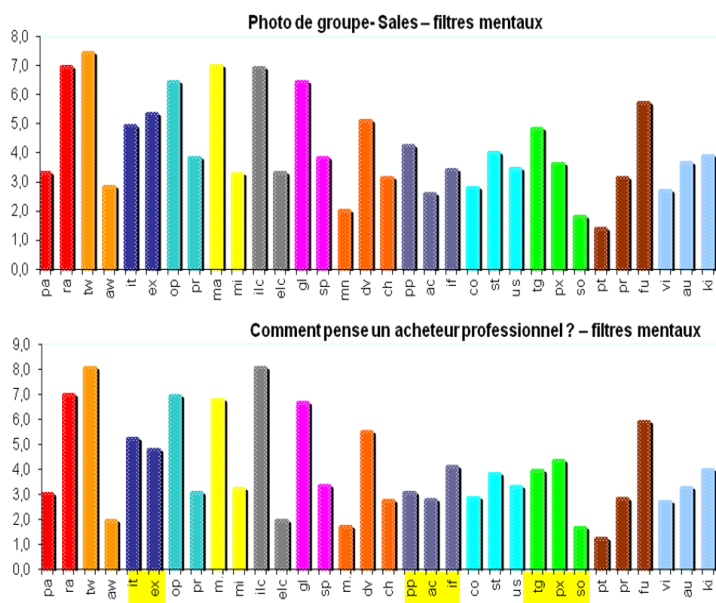
## ‘Comment mesurer et améliorer l’efficacité de votre communication?’

### Négocier de manière efficace avec un acheteur

Cela fait plusieurs années que nous utilisons Attitude & Behavior Profiling pour mesurer l’efficacité de la communication des personnes (négociation, présentation, vente, ...).

La méthode Attitude & Behavior Profiling (plus de 15 ans de recherche) permet de mesurer les compétences et les attitudes qui sont à la base d’une prestation ou d’une activité. Cette mesure se fait en 30 minutes grâce à un programme informatisé; elle donne également des indications très spécifiques sur la façon dont ces personnes peuvent augmenter leurs compétences et leur efficacité. La méthode Attitude & Behavior Profiling permet donc le diagnostic et le développement.

Un producteur mondial de matériaux de construction fait face un marché B2B qui devient de plus en plus professionnel. Les vendeurs, qui avaient la plupart du temps des contacts avec des acheteurs opérationnels, se trouvent de plus en plus confrontés à des acheteurs professionnels. Les discussions commerciales deviennent de plus en plus difficiles. Les vendeurs constatent que la façon dont ils essaient de développer leurs relations ne fonctionne plus. Bien plus grave, la façon dont ils avaient l’habitude de vendre jusqu’à présent semble avoir des conséquences négatives sur leurs marges. Cette évolution du marché exige un changement d’attitudes et de croyances.



Nous avons utilisé ‘Attitude & Behavior profiling’ (prise de profil informatisée) pour profiler cinq acheteurs professionnels dans le contexte de ‘négociations avec un vendeur’. Nous avons ainsi pu déterminer ce qu’ils trouvent important ainsi que les stratégies qu’ils développent dans ce type d’entretien.

De la même façon, les vendeurs ont également été profilés dans ce même contexte sur base de leurs attitudes et de leurs structures de pensée. Nous avons, ensuite, apporté la réponse à la question : *Comment négocier de façon différente pour rencontrer le succès ?*

Les conclusions de cette étude ont été une révélation pour la plupart d'entre eux. **Cette nouvelle réalité demandait de changer leur façon de faire et surtout leurs attitudes :**

- La plupart de ces vendeurs ont été étonnés de découvrir leur différence de perception avec les acheteurs sur ce qu'est une relation de confiance.
- La façon dont les acheteurs utilisent cette ' intimité' afin de renforcer leurs capacités de négociation et leurs avantages.
- La façon dont ils se préparaient aux négociations était insuffisante et a du être entièrement revue.
- Il a fallu qu'ils développent de nouvelles compétences de vente et revoir la façon dont ils considéraient la relation de confiance avec le client.

Souhaitez-vous obtenir plus d'informations concernant ces études et les conclusions ? Prenez simplement contact avec nous et nous aurons le plaisir de vous les présenter.