



FORMATION : VENDRE AVEC PROCESS COMMUNICATION MODEL®

Public : Dirigeants, indépendants, consultants, responsables commerciaux et commerciaux

Prérequis : Avoir un métier au contact de la relation client (conseil, vente, avant-vente, service client)

Objectifs pédagogiques :

- Reconnaître les caractéristiques des différents profils de personnalité Process Com® afin de mieux comprendre ses prospects et ses clients.
- Adapter son style de vente et utiliser un langage d'influence en fonction du profil de personnalité de son interlocuteur.
- Identifier les besoins psychologiques de son interlocuteur et mettre en œuvre les stratégies de communication adaptées pour favoriser sa prise de décision.
- Concevoir un argumentaire commercial impactant en l'adaptant aux caractéristiques, aux motivations et au profil de personnalité de son interlocuteur.

Durée et format :

- 2 jours (14 h)
- Présentiel ou distanciel
- Pour une efficacité pédagogique optimale, les sessions sont limitées à 10 participants

Méthodes pédagogiques :

- Votre Profil PCM VENTE individuel
- Le manuel de formation en vente comportemental
- Les exercices d'entraînement et de mise en situation commerciale
- Les outils de mémorisation

Tout au long de la formation, la pédagogie utilisée est basée sur une alternance entre théorie et pratique : exercices, jeux de rôle, entraînements avec le formateur.

En option : le Simulateur PCM, le PCM Virtual Learning pour un prétravail ou un renforcement des connaissances en E-learning après la formation.

Méthodes d'évaluation :



- Quizz sous forme de QCM en fin de formation pour valider la partie théorique des connaissances.
- Auto-Évaluation sur sa structure de personnalité et la structure des autres participants, pendant la formation.
- Mises en situation sous forme de jeux de rôle avec feedback des participants et du formateur.
- Élaboration d'un plan d'actions individuel entre chaque session pour favoriser le transfert en situation de travail.

Tarifs de la formation :

- En inter : 708,30 € HT, soit 850,00 € TTC / personne
 - o E-Learning en option : 250,00 € HT, soit 300,00 € TTC / personne
 - o Débriefing de profil individuel 1h30 - 90 € TTC
- En intra : tarif sur devis

Date des prochaines formations en format INTER, en 2026 :

- 13 et 15 octobre (format présentiel)



PROGRAMME DETAILLE :

Historique et principes de base du Process communication Model

- Origine du Process communication Model
- L'état d'esprit du vendeur
- Rappel de l'éthique de PCM

Reconnaître les caractéristiques des différents profils de personnalité Process Com® afin de mieux comprendre ses prospects et ses clients

- Découverte et compréhension des six Types de Personnalité : description de chacun des profils
- Présentation des styles de vente et forces de chacun des profils dans la vente
- Gagner en Agilité avec l'utilisation de la Structure de personnalité : Base, Phase, Ascenseur, Immeuble.
- Les 6 façons d'observer l'environnement et de traiter l'information
- La monnaie d'échange pour se connecter avec ses prospects et clients
- Auto-Diagnostic et découverte de son profil de personnalité PCM

Adapter son style de vente et utiliser un langage d'influence en fonction du profil de personnalité de son interlocuteur.

- Nos préjugés inconscients dans la vente par profils
- Faire passer ses messages avec les parties de personnalités
- S'adapter en temps réel : les canaux de communication pour connecter et se synchroniser avec ses interlocuteurs
- Matrice d'identification des profils

Identifier les besoins psychologiques de son interlocuteur et mettre en œuvre les stratégies de communication adaptées pour favoriser sa prise de décision.

- Motivations et Besoins psychologiques
- Stress et mécommunication : Séquences de stress du vendeur et du client
- Les 3 degrés de stress par profils dans un contexte de vente

**Programme de formation 2026 : Vendre avec Process
communication Model®**

Version : 2.0

REFERENCE : VC 2

Date de mise à jour : Juillet 2026

Responsable : Romain Poilane



**Concevoir un argumentaire commercial impactant en l'adaptant aux
caractéristiques, aux motivations et au profil de personnalité de son interlocuteur**

- Mise en pratique des concepts avec des mises en situation à chaque étape de la formation
- Préparation d'un RDV client