

Sommaire

Remerciements	5
Avant-propos	11
Introduction.....	13
Partie 1 - SAVOIR-ÊTRE : LES FORCES D'UN BON VENDEUR	17
Chapitre 1 - Le critère de réussite.....	19
Les croyances	20
Le critère.....	21
La définition du critère	22
Chapitre 2 - Les besoins du client	25
La pyramide de Maslow.....	25
Chapitre 3 - Acquérir l'habileté d'exceller dans la vente	33
La première étape d'acquisition de l'habileté	34
Le « step-in » et les positions perceptuelles.....	35
La deuxième étape d'acquisition de l'habileté	36
Le cadre « comme si » de la PNL	37
Les modes associé et dissocié.....	38
Chapitre 4 - Le vendeur « écolo »	43
Respecter sa propre écologie.....	43
Les croyances limitatives.....	45
Chapitre 5 - Le moteur de réussite	49
La vente a perdu ses lettres de noblesse.....	49

S'accomplir par l'esprit de service	50
Les critères de motivation et le succès.....	51
Les causes-effets qui motivent.....	52
Les motivations primaires des vendeurs d'excellence	52
L'esprit de service.....	53
Chapitre 6 - Un océan de possibilités !.....	55
Les causes-effets qui motivent.....	55
Chapitre 7 - L'importance de cultiver un état émotif favorable.....	59
Les ancrés.....	60
Le monde des émotions	61
Les émotions de signal.....	62
Les émotions de soutien.....	63
Chapitre 8 - L'intelligence émotionnelle.....	65
La conscience de soi.....	65
La maîtrise émotionnelle	66
L'automotivation.....	67
L'empathie	69
La capacité à cultiver les relations interpersonnelles	70
Chapitre 9 - Ancrez vos émotions de soutien.....	73
L'ancrage.....	73
Garder l'équilibre en gérant ses états internes	78
Chapitre 10 - La machine à voyager dans le temps	81
La ligne du temps	81
Chapitre 11 - La force de bien choisir ses pensées	87
Les croyances dominantes.....	87
Le ciment de votre nouveau modèle du monde	88
Les croyances aidantes de nos modèles d'excellence.....	89
Chapitre 12 - Les niveaux logiques du changement.....	93
Dysfonctionnements et résistances au changement.....	94
Découvrir sa mission de vie pour avoir confiance en soi, en la vie et l'univers	97

Chapitre 13 - La cybernétique de notre expérience intérieure.....	101
Les métaprogrammes.....	101
Les métaprogrammes appliqués à la vente.....	105
Chapitre 14 - Les conditions gagnantes	109
Les causes-effets qui rendent possible	110
Partie 2 - SAVOIR-FAIRE : UTILISER LA BOÎTE À OUTILS PNL	113
Chapitre 1 - Communiquer efficacement : la calibration verbale et non verbale.....	115
Reconnaître les indicateurs concrets	116
À quoi sert la calibration dans le processus de la vente ?	116
Chapitre 2 - Communiquer efficacement : la calibration des mouvements oculaires	125
Utilité de cette technique pour la vente	126
Description des mouvements oculaires associés aux différents modes d'accès.....	126
Chapitre 3 - Communiquer efficacement : la synchronisation.....	131
La synchronisation.....	131
Les différentes formes de synchronisation	132
La synchronisation négative	135
Chapitre 4 - Communiquer efficacement : créer le rapport	137
La reformulation.....	140
Tester et diriger le rapport.....	142
Chapitre 5 - L'outil de précision du langage.....	145
Le métamodèle de la PNL.....	145
La mise au jour des informations manquantes.....	148
Les questions qui changent le point de vue	149
Chapitre 6 - Mettre au jour les besoins du client.....	155
Le découpage.....	155
Les trois différentes façons de découper.....	156
Les cinq critères pour spécifier un bon objectif de vente.....	157

Le cadre objectif de la PNL	160
Le gabarit du cadre objectif	161
Chapitre 7 - Le traitement des objections du client	165
Le recadrage	167
Comment réussir un recadrage sans se mettre le client à dos ?	171
Chapitre 8 - Les stratégies primaires de performance	173
Le mode opératoire du succès	173
Les stratégies scrutées à la loupe	174
Les tests : l'évidence du critère, la preuve de la satisfaction du client... ..	175
Le test déclencheur : comment nos modèles savent-ils qu'ils atteignent leur critère ?	176
Les opérations : que font nos modèles pour valider leur test ?	177
Chapitre 9 - Les stratégies secondaires de performance.....	181
Les petits trucs qui font la différence	181
Chapitre 10 - L'excellence est à votre portée.....	185
Chapitre 11 - Les comportements stratégiques	195
Chapitre 12 - Des mots qui changent les points de vue	199
Engager la conversation avec le client avec la technique de la salutation ouverte	199
Une question fermée	200
Une question ouverte	200
Le traitement des objections en vente	201
Conclusion.....	205
Bibliographie.....	209
Glossaire	211
Index.....	219
À propos des auteurs	223