

Carte des comportements de l'équipe commerciale

Identifier la flexibilité comportementale qui favorise la réussite commerciale

20 minutes pour créer un rapport complet et un plan d'action sur la capacité de votre équipe à adapter ses comportements aux besoins des acheteurs.

Votre rapport transforme les observations que vous et votre équipe avez faites en un état des lieux concret des opportunités et des défis actuels. Votre plan vous fournit un cadre pour transformer ces observations en prochaines étapes et passer à l'action.

Ce que couvre cet exercice

Cet exercice rapide, simple et pourtant très riche en enseignements donne à chacun une vision nouvelle et partagée de la manière dont il se présente dans ses interactions, ainsi que des points précis sur lesquels adapter son approche pour développer la confiance et l'influence. Utilisez-le pour :

- ✱ Cartographier les comportements qui rendent chaque membre de votre équipe efficace
- ✱ Comprendre ce qui se produit lorsque nos forces sont utilisées à l'excès
- ✱ Identifier les forces et les éventuelles lacunes au sein de votre équipe
- ✱ Créer un cadre commun permettant aux commerciaux d'adapter leur style à chaque personne à qui ils vendent

Différentes façons d'utiliser cet exercice, son rapport et son plan d'action :

- ✱ Organisez-le en direct avec votre équipe pour que tout le monde soit sur la même longueur d'onde quant à l'impact de vos styles comportementaux
- ✱ Partagez-le avec d'autres responsables commerciaux afin de déterminer comment répartir les ressources consacrées à la formation et au développement
- ✱ Abordez ce sujet lors d'un entretien individuel afin d'apporter du feedback et des conseils

La capacité que chaque commercial doit développer



Observer

Observez votre propre comportement ainsi que celui de l'acheteur dans la pièce.



Comprendre

Sachez ce que chaque comportement apporte et ce que vous devez renforcer pour créer une connexion.



S'adapter

Adaptez votre style pour instaurer la confiance avec l'acheteur.

Comment l'animer

🕒 20 minutes

7 min

Observer. Cartographiez votre équipe selon les 8 Aspects de Lumina Spark. Vos forces, la manière dont elles se manifestent lorsqu'elles sont en surtension, ainsi que celles que nous mobilisons beaucoup moins.

5 min

Comprendre. Établissez le profil des acheteurs que vous rencontrez en vous appuyant sur ces 8 Aspects.

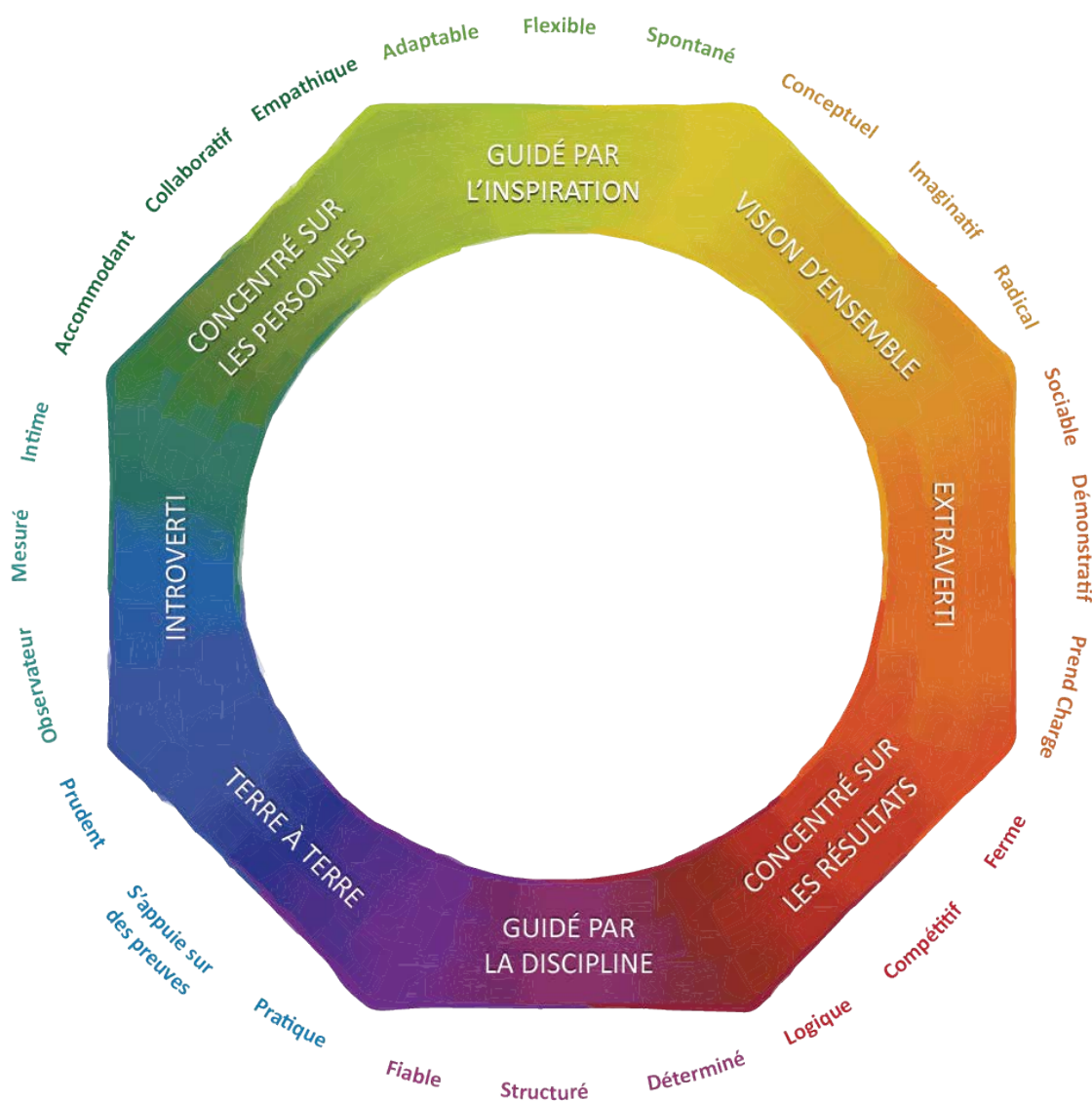
8 min

S'adapter. Comparez les deux, transformez les lacunes en axes de développement pour chaque membre de l'équipe, puis mettez-vous d'accord sur les priorités de votre équipe.

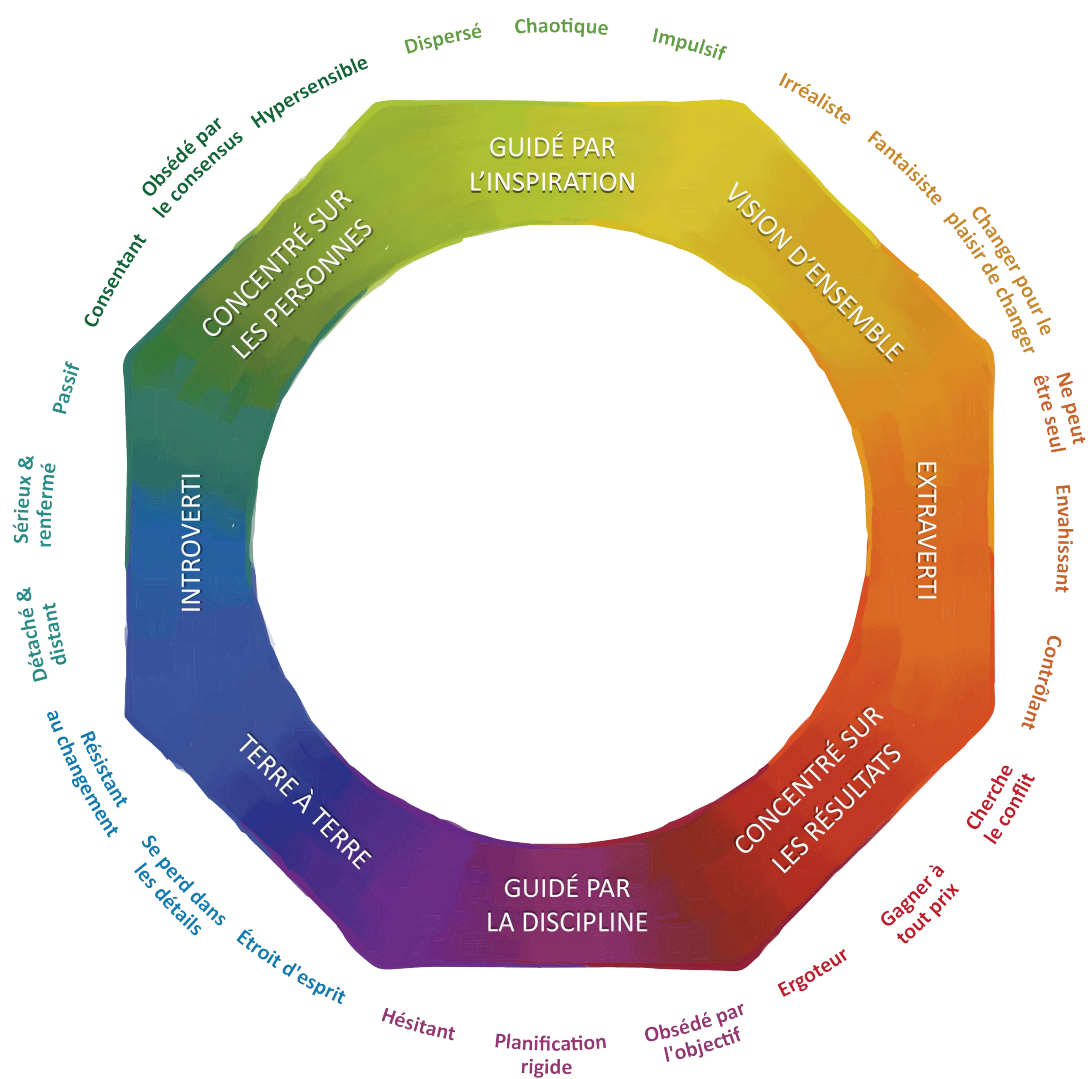
Le langage comportemental Lumina

Chacun d'entre nous se présente à travers une combinaison de ces 8 Aspects de personnalité. C'est votre langage commun pour l'ensemble de cet exercice. Gardez cette page à portée de main. Les mêmes 8 Aspects seront utilisés pour décrire la manière dont chaque membre de l'équipe se présente, la manière dont vos acheteurs se présentent, ainsi que les lacunes entre eux dans chacune des étapes suivantes.

Mandala Efficace



Mandala en Surtension



Les huit Aspects comportementaux qui influencent la manière dont nous avons tendance à nous présenter

Guidé par l'inspiration | Innovation



Efficace : Enthousiaste à propos des nouvelles idées et des possibilités ; ouvert à l'exploration de solutions créatives et de différentes façons de faire les choses.



En surtension : Peut facilement perdre sa concentration, passer d'une idée à l'autre, changer de priorités ou avoir du mal à s'engager dans une orientation claire.

Guidé par la discipline | Planification



Efficace : Systématique, méthodique et organisé ; valorise les processus clairs, la structure et une exécution fiable.



En surtension : Peut se laisser absorber par les processus, rechercher un niveau de certitude excessif ou avoir du mal à avancer sans que chaque détail soit défini.

Vision d'ensemble | Penseur stratégique



Efficace : Concentré sur la vision, les tendances et le « pourquoi » au sens large ; aime relier les idées aux objectifs à long terme et aux opportunités futures.



En surtension : Peut sembler moins attentif aux détails pratiques et trop enthousiaste face aux possibilités futures, ce qui peut rendre difficile la concentration sur des solutions concrètes et immédiates.

Terre à terre | Réaliste



Efficace : Pratique et orienté vers les détails ; se concentre sur la manière dont une solution fonctionnera, le moment où elle pourra être mise en œuvre et ce qui est réellement réalisable.



En surtension : Peut remettre en question les idées nouvelles, se focaliser sur les limites ou écarter des solutions sans disposer de suffisamment d'éléments ou de détails.

Extraverti | Engageant



Efficace : Énergique, expressif et prompt à créer du lien ; réfléchit à voix haute, aime faire du brainstorming et partage ouvertement ses idées et son enthousiasme.



En surtension : Peut interrompre, dominer la conversation ou réagir trop rapidement, ce qui peut rendre difficile la distinction entre son enthousiasme et un véritable engagement.

Introverti | Réfléchissant



Efficace : Réfléchi, réservé et introspectif ; écoute attentivement, examine les informations en profondeur et prend le temps de répondre.



En surtension : Peut sembler trop réservé et difficile à cerner, retarder ses réponses ou se retirer lorsqu'il est poussé à prendre une décision rapide.

Concentré sur les résultats | Dynamique



Efficace : Orienté résultats, affirmé et compétitif ; valorise des résultats clairs, l'impact et un fort retour sur investissement.



En surtension : Peut contester de manière agressive, insister fortement sur la valeur ou rejeter les idées qui ne présentent pas de voie immédiate vers des résultats.

Concentré sur les personnes | Créer du lien



Efficace : Chaleureux, relationnel et concentré sur la connexion ; valorise la confiance, les relations et l'impact sur les personnes.



En surtension : Peut éviter d'exprimer ses objections et retenir ses préoccupations afin d'éviter les conflits, en donnant une importance excessive au maintien de l'harmonie.



Cartographiez la manière dont chaque personne se présente

Reportez-vous aux 8 Aspects de Lumina Spark présentés à la page précédente.



Comment le compléter : Avec votre équipe, complétez une ligne pour chaque personne en utilisant les huit Aspects de la page précédente. Discutez ouvertement du comportement de chacun et suivez les indications de chaque colonne. Mettez en évidence les deux Aspects comportementaux les plus marqués de chacun ainsi qu’au moins un Aspect moins mobilisé.

MEMBRE DE L'ÉQUIPE	COMPORTEMENTS LES PLUS MARQUÉS	CE QUI SE PRODUIT LORSQUE LES COMPORTEMENTS LES PLUS MARQUÉS SONT EN SURTENSION	COMPORTEMENTS MOINS UTILISÉS
Chaque personne.	Choisissez deux comportements du Mandala. Résumez comment les acheteurs peuvent percevoir positivement ces comportements et quel est leur impact sur la vente.	Que peut percevoir l'acheteur lorsque vous poussez ces Aspects trop loin ? Quelle est la conséquence sur la vente ?	Choisissez au moins un Aspect moins utilisé. Décrivez comment l'acheteur peut percevoir cette lacune, et quel pourrait être l'Impact sur la vente.



Dressez le profil des acheteurs que vous rencontrez

Reportez-vous aux 8 Aspects de Lumina Spark présentés à la page 5.

Le comportement d'un acheteur influence aussi une conversation commerciale. En utilisant les mêmes 8 Aspects, dressez le profil des styles d'acheteurs que votre équipe rencontre le plus souvent. Cela révèle quels styles d'achat sont courants dans votre secteur, afin que vous puissiez voir à quoi vous devez probablement vous adapter. Choisissez au moins deux Aspects de comportement pour chaque style d'acheteur.

NOMMEZ LE STYLE D'ACHETEUR

Regroupez les acheteurs par intitulé de poste, secteur, ou simplement par un style comportemental facilement observable qui revient souvent.

COMPORTEMENTS QUE VOUS REMARQUEZ SOUVENT
Choisissez au moins deux Aspects

À QUELLE FRÉQUENCE LES RENCONTREZ-VOUS ?

QUEL COMPORTEMENT INSPIRE LA CONFIANCE CHEZ EUX ?

		Souvent ☐ Parfois ☐ Rarement ☐	
		Souvent ☐ Parfois ☐ Rarement ☐	
		Souvent ☐ Parfois ☐ Rarement ☐	
		Souvent ☐ Parfois ☐ Rarement ☐	
		Souvent ☐ Parfois ☐ Rarement ☐	
		Souvent ☐ Parfois ☐ Rarement ☐	



Trouvez les lacunes, définissez les priorités

Examinez maintenant les deux séries de réponses.

Prenez les comportements des acheteurs auxquels votre équipe est le plus souvent confrontée et demandez-vous honnêtement dans quelle mesure votre équipe sait s'adapter à chacun d'eux.

Lorsqu'un comportement d'acheteur fréquent révèle une lacune au sein de votre équipe, vous avez identifié le domaine de développement sur lequel vous concentrer pour obtenir le retour le plus rapide.

LE STYLE D'ACHETEUR De l'Étape 2	DANS QUELLE MESURE NOUS Y ADAPTONS-NOUS ACTUELLEMENT ?	QUELS COMPORTEMENTS AIDENT ICI ? De l'Étape 1	OÙ SE TROUVE CETTE LACUNE ? Ces comportements sont-ils absents dans toute l'équipe ou certains d'entre nous les manifestent-ils ?
	Fort ☐ Mixte ☐ À développer ☐		
	Fort ☐ Mixte ☐ À développer ☐		
	Fort ☐ Mixte ☐ À développer ☐		
	Fort ☐ Mixte ☐ À développer ☐		
	Fort ☐ Mixte ☐ À développer ☐		
	Fort ☐ Mixte ☐ À développer ☐		

Points de développement pour chacun d’entre nous

Transformez l’image ci-dessus en un axe de développement pour chaque membre de l’équipe.
Choisissez une force à maintenir en équilibre et une autre à développer.

MEMBRE DE L'ÉQUIPE	UNE FORCE À GARDER EN ÉQUILIBRE Choisissez l'un de vos Aspects les plus forts que vous mettez parfois en surtension. Quel impact le fait de rester efficace aurait-il ?	QUELS COMPORTEMENTS POURRAIENT ÊTRE DÉVELOPPÉS ? Choisissez un Aspect moins mobilisé que vous pouvez développer afin de mieux vous connecter aux styles de vos acheteurs.

Nos principales priorités de développement

Recherchez des thèmes communs au sein de l'équipe. Une lacune partagée apparaît lorsqu'aucun membre de l'équipe n'exprime régulièrement un comportement que les acheteurs valorisent, ou lorsque tous les membres de l'équipe s'appuient sur les mêmes comportements principaux. Choisissez ensemble une à trois priorités de développement.

1

2

3

C'est le changement. Il ne s'agit pas de vous dire quoi dire dans les conversations commerciales. Il s'agit pour chacun de comprendre comment il se présente, afin de pouvoir **Observer**, **Comprendre** et **S'adapter** à l'acheteur qui se trouve en face de lui. C'est ce qui permet de développer l'influence, la confiance et la connexion, affaire après affaire.

Contactez-nous pour en savoir plus sur Lumina Spark ou le programme de vente inspirante

Lumina Spark est un outil d'évaluation de la personnalité qui utilise des données intelligentes et un langage simple pour donner à chacun une vision complète de la manière dont il se présente et de la façon dont il peut adapter son style selon les différents contextes. Il aide les personnes à :

- ✱ Voir leurs préférences naturelles, les comportements qu'elles choisissent consciemment d'adopter avec les autres et la manière dont elles réagissent sous pression, le tout dans une vision claire et globale
- ✱ Embrasser le paradoxe en s'appuyant simultanément sur des forces opposées pour gagner en efficacité
- ✱ Lire la situation, puis adapter efficacement leur style aux besoins de chaque acheteur
- ✱ Rester efficaces face à la pression et aux défis, plutôt que de trop s'appuyer sur une seule force
- ✱ Construire un cadre de référence et un langage communs pour le coaching, le développement des talents et le feedback.

Allez plus loin avec le Programme Ventes inspirantes, où des experts de renommée mondiale transforment ces comportements en compétences commerciales concrètes.

Scannez pour
nous contacter

