

## VENDRE MIEUX AUX SENIORS

### Objectif global

Renforcer sa connaissance du marché des Seniors pour maximiser ses ventes

- ◇ Développer une (plus grande) aisance dans la vente aux Seniors
- ◇ Appliquer des outils spécifiques et concrets pour vendre mieux et plus facilement
- ◇ Adopter une approche éthique et responsable dans ses interactions avec les Seniors

### Compétences visées

Maitriser les principes éthiques de la vente aux seniors  
Acquérir une compréhension approfondie des différents profils et étapes de la vie du senior  
Comprendre les particularités des produits et services destinés aux seniors  
Appréhender les aspects liés à la prise de décision des seniors  
Développer une aisance dans la vente en général, ainsi qu'avec les personnes plus aisées, expérimentées et âgées  
Maitriser l' utilisation des valeurs dans le processus de vente

### Public

Commerciaux, responsables commerciaux, responsables marketing et autres salariés aux contacts de seniors en situation de vente

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap, sauf prérequis incompatibles avec le handicap. Afin de faciliter et d'assurer les meilleures conditions d'apprentissage, il est toutefois vivement conseillé de nous contacter au préalable afin de nous permettre d'aménager/ adapter si besoin la formation pour la réaliser dans les meilleures conditions : contact Référent Handicap [c.edonlamballe@ediad.com](mailto:c.edonlamballe@ediad.com)

**Profil du formateur : Frédéric Serrière**, consultant-pionnier sur le Marché des Seniors depuis 1998, a accompagné des centaines de projets sur les Seniors, depuis les start-up aux grands groupes. Fondateur d'Age Economy (Cercle / Réseau d'affaires sur les Marché des Seniors)- Animateur / Producteur de l'émission Le Grand Entretien- Fondateur de l'Agence GlobalAgingConsulting  
[www.FredericSerriere.com](http://www.FredericSerriere.com)

### Modalités évaluation des compétences

Test de Positionnement en entrée de formation  
Évaluation des compétences visées par un questionnaire final

**Sanction de la formation :** Questionnaire de satisfaction à chaud par le stagiaire – Attestation finale de validation de compétences

### MODALITÉS :

Lieu : en classes virtuelles synchrones

Dates : Sur demande en intra – en inter programmation à venir 2024

Durée : 1, 5 jours, soit 11h

Rythme : 1, 5 jours en discontinu

Réponse sous 48 h en fonction des disponibilités en inter – sous 72 heures pour un intra

Nb de pers minimum en inter 4 - maximum 10

En intra, sur mesure

Coût : en inter, à partir de 2 250 €/ personne/session – En intra nous consulter

Contact inscription : Carole Edon Lamballe

[c.edonlamballe@ediad.com](mailto:c.edonlamballe@ediad.com)

06 82 64 47 32

## VENDRE MIEUX AUX SENIORS

**Prérequis :** Maîtriser les bases des techniques de vente

**Méthodes pédagogiques :** Apports théoriques – Échanges sur cas pratiques – analyse de situations- Atelier de travail sur projet du stagiaire

### Programme

#### I. Accueil

Accueil et présentation des participants  
Présentation de la formation et de ses objectifs

#### II. L'importance de l'éthique dans la vente aux seniors

Être honnête et éviter les pratiques trompeuses  
Protéger les Seniors contre les abus et la fraude  
Assurer la satisfaction des clients seniors  
Respecter la confidentialité des informations personnelles  
Écouter et respecter les choix des seniors  
Aussi une question juridique

#### III. Les Seniors

Les principales identités (parents, enfants, aidants, conjoint(e)s, aidés, veufs, etc.)  
Les principaux moments et étapes de vie après 55 ans  
Facteurs influençant le comportement des seniors et leurs motivations d'achat  
Les principales segmentations utilisées (âge, générations, valeurs, csp, santé, etc.)  
Créer sa propre segmentation

#### IV. La spécificité des produits et services Silver Eco

Souvent jamais utilisés  
Une décision sous rapide  
L'influence de l'environnement (familles, ect...)

#### V. Les effets du vieillissement sur la prise de décision

La prise de décision  
Les effets du vieillissement et de l'expérience  
L'âge subjectif : on parle à des adultes !

#### VI. Être à l'aise

Être à l'aise avec la vente  
Être à l'aise des personnes plus aisées et plus expérimentées  
Être à l'aise des personnes plus âgées  
Exercices pratiques

#### VII. Les clés de base de la vente aux Seniors

Qualifier le prospect  
Établir une relation de confiance  
L'importance de l'empathie, de l'écoute active et de la compréhension des besoins individuels  
D'abord une émotion  
Réassurance et liberté  
Donner de l'information sur les valeurs les plus importantes

#### VIII. Vendre avec les valeurs

Les valeurs  
La hiérarchie des valeurs d'une décision  
Présenter son service / Produit par rapport aux valeurs les plus importantes  
Exercice de mise en pratique

#### IX. Les clés du Marketing des Seniors pour la vente

#### X. Les clés de la Psychologie comportementale

Les 8 principaux processus psychologiques  
Les outils issus de la Psychologie

#### XII. Introduction au story telling

Pour mieux présenter un produit ou un service  
Pour répondre aux objections

#### XIII. Les différentes étapes d'une vente aux Seniors

Quiz final d'évaluation  
Cloture de la formation