



BRUSSELS MOTOR SHOW TRAINING MODULE COMPORTEMENTAL



Janvier 2026

VOUS ÊTES L'AMBASSADRICE/AMBASSADEUR DE LA MARQUE!

102E SALON DE L'AUTO 2026!



NOUS VERRONS LES 6 ÉTAPES « CLÉS » À NE PAS MANQUER TOUT AU LONG DU PROCESSUS DE VENTE:

1. J'**accueille** le client
2. J'**écoute** le client et **découvre** son projet
3. Je **présente le véhicule** au client
4. Je **réalise une offre** avec le client
5. Je **présente l'offre** au client
6. Je **remercie** le client pour sa visite



NOUS VERRONS LES 6 ÉTAPES « CLÉS » À NE PAS MANQUER TOUT AU LONG DU PROCESSUS DE VENTE:

STANDARD
AU POSTE
INFORMANT
SALON
2026

LES 6 ÉTAPES « CLÉS » À NE PAS MANQUER! (1/3)

STELLANTIS

1 J'ACCUEILLE LE CLIENT

- J'accueille le client lors de sa venue sur le stand dans un délai de 3 minutes.**
- J'accueille le client pendant quelques instants et j'observe à quoi il s'intéresse
 - Je m'avance vers le client pour le saluer.
 - Je me présente avec mon prénom et fonction.
 - Je veille à le regarder tout en lui souriant.
 - Je souhaite au client la bienvenue sur le stand de la marque.
 - Je me mets à la disposition du client en posant des questions ouvertes.

Remarques:

- Je prête la même attention à l'ensemble des personnes accompagnant le client.
- J'apporte une attention aux enfants en me mettant à leur hauteur pour les saluer.

Si je ne suis pas disponible pour le client

- Je crée un contact visuel avec le client « en attente » afin de le rassurer d'une façon non-verbale que je l'ai remarqué.
- Quand un client en attente m'adresse la parole, je le salue et je l'informe que je l'aiderai par la suite.
- Je m'excuse auprès du client initial pour l'interruption.

Si le client veut voir un autre modèle que ceux dans mon expertise produit

- J'oriente le client vers la zone où se situe le modèle souhaité et je mets le client en relation avec un collègue.

2 J'ÉCOUTE LE CLIENT ET DÉCOUVRE SON PROJET

Je présente au client le déroulé le mieux adapté pour sa visite.

Exemple: « Je vous écouterai et vous poserai quelques questions afin de bien comprendre vos souhaits. Après, nous découvrirons ensemble la voiture répondant le plus à vos attentes. Enfin, je vous ferai une offre de prix personnalisée. Est-ce OK pour vous? »

- J'engage un dialogue avec le client sur ses attentes et l'usage de son nouveau véhicule.
- J'écoute le client et le laisse s'exprimer librement.
- Je reformule si nécessaire les informations qu'il me communique pour m'assurer de ma parfaite compréhension de son projet.

Mes questions portent sur l'usage que le client compte faire de son nouveau véhicule.

- ✓ **Usage:** Privé ou professionnel?
- ✓ **Distance:** Combien de km parcouru par jour/mois/an?
- ✓ **Parcours:** Quels types de parcours? Ville, routes, autoroutes? Routes accidentées?
- ✓ **Famille:** Combien de personnes? Enfants? Animaux domestiques?
- ✓ **Équipement:** Quels souhaits en matière d'équipement?
- ✓ **Renouvellement:** Quelle est la raison de changement de voiture?
- ✓ **Budget:** Quel budget souhaitez-vous consacrer à votre nouvelle voiture?
- ✓ **Parking:** Contraintes de parking? Garage privé ou garé dans la rue en centre-ville?
- ✓ **Technologie:** Utilisation smartphone? Connectivité?
- ✓ **Électrique:** Possibilité de recharge à domicile et/ou au lieu de travail (garage privé ou place de parking)?

- Je demande au client ce qu'il a particulièrement apprécié dans son véhicule actuel et ce qui lui a manqué.

STANDARD
AU POSTE
INFORMANT
SALON
2026

LES 6 ÉTAPES « CLÉS » À NE PAS MANQUER! (2/3)

STELLANTIS

3 JE PRÉSENTE LE VÉHICULE AU CLIENT

Je réalise ma présentation à l'aide du véhicule exposé

- Tout au long de la présentation, je laisse le client manipuler librement le véhicule et ses équipements afin qu'il « s'approprie » le véhicule.
- Je profite de cette présentation du véhicule pour reformuler les attentes du client et ainsi confirmer et/ou compléter ma connaissance de son projet.

Je commence ma présentation par les points d'intérêt du client que j'ai identifiés pendant ma découverte de son projet.

- Je présente au client toutes les réponses que le modèle / la marque peut apporter à chacune de ses attentes en termes de produit automobile mais aussi en termes de services (Exemple: services connectés).
- Je mets l'accent sur les fonctionnalités et surtout sur les avantages client.

Je me tiens au côté du client pour répondre à toutes ses questions et l'invite systématiquement à monter à bord côté conducteur.

- Dans le véhicule, je présente au client:
 - La qualité de fabrication et de finition,
 - Le confort des sièges et le soin porté à l'acoustique,
 - Les diverses fonctionnalités de l'écran tactile (manipulation par le client)
 - Les services connectés
 - Les aides à la conduite.

Remarques:

- ✓ Le véhicule exposé sur le stand est mon modèle de référence lors de la présentation produit.
- ✓ Lors de la présentation produit, je veille à ne pas passer la main ou le bras devant le client et à respecter sa sphère personnelle.
- ✓ Si le client hésite avec un modèle d'une marque concurrente, je lui demande la nature de son intérêt pour le modèle concurrent et je profite de cette présentation pour mettre en avant les avantages de notre modèle y répondant. Je ne critique jamais la concurrence.
- ✓ Si le client est accompagné, je leur propose de prendre place à l'avant et je m'installe à l'arrière.

4 JE RÉALISE UNE OFFRE AVEC LE CLIENT

Je formalise l'offre via l'outil Omnichannel (Link.e.Entry pour Leapmotor)

Je reformule les éléments communiqués par le client depuis le début de notre entretien et je propose la version (modèle, finition, motorisation, transmission, options) qui répond le plus à ses aspirations.

Je réalise une offre en choisissant:

- Le modèle et la silhouette.
- Le niveau de finition (la version)
- La motorisation et boîte de vitesses
- La teinte de caisse et la garnissage intérieure (le cas échéant)

STANDARD
AU POSTE
INFORMANT
SALON
2026

LES 6 ÉTAPES « CLÉS » À NE PAS MANQUER! (3/3)

STELLANTIS

J'applique la bonne remise

Pour toutes les catégories de clients, les remises sont désormais pré-remplies dans l'outil. La remise de base B2B est également intégrée automatiquement. Le champ « Code promotionnel » permet d'ajouter d'éventuelles actions complémentaires, le cas échéant. Pour des remises B2B plus élevées, les clients peuvent être orientés vers la zone B2B ou vers le réseau.

J'encode les coordonnées du client et vérifie bien leur exactitude:

- ✓ Code postale
- ✓ Sélection du point de vente préféré

- ✓ E-mail + confirmation e-mail (I)
- ✓ Nom + prénom
- ✓ Adresse complète (rue et n°)
- ✓ Numéro de téléphone (CSM)
- ✓ Consentements

Je demande systématiquement aux clients s'ils souhaitent recevoir une offre de leasing ou de financement sur mesure.

Si oui, j'accompagne le client après l'étape 5

- à la zone B2B (pour les décideurs de grandes flottes > 10 véhicules)
- Aux bureaux Stellantis Financial Services pour tout crédit (B2C & B2B) + leasing ou renting financier (B2B uniquement) ou private lease (B2C)
- A Leasys pour une demande d'offre de leasing opérationnel (B2B)

Je signale au client que l'offre sera envoyée au point de vente de son choix.

Un conseiller commercial prendra contact avec lui afin de lui apporter un suivi personnalisé.

Remarque: Il est strictement interdit par la loi aux informants d'aborder le sujet des produits financiers.

J'informe le client que son offre est envoyée par e-mail. (Si pas d'e-mail:

5 JE PRÉSENTE L'OFFRE AU CLIENT

Je présente l'offre au client

- Je résume les besoins du client que j'ai identifiés lors de l'entretien.
- Je commence par le prix final et je résume la configuration de la voiture.
- Je rappelle la remise ou l'action commerciale Salon.
- Je précise que nos partenaires SFS et Leasys proposent des solutions de financement ou leasing sur mesure.

6 JE REMERCIE LE CLIENT POUR SA VISITE

Si nécessaire, j'oriente le client vers la zone B2B ou vers les bureaux de Leasys / SFS.

- Je demande au client dans quel mesure il est satisfait de l'accueil.
- Je remercie chaleureusement le client de sa visite sur notre stand.
- Je raccompagne le client en bord de stand ou l'oriente auprès d'un de mes collègues si celui-ci souhaite des informations sur un autre modèle de la gamme.

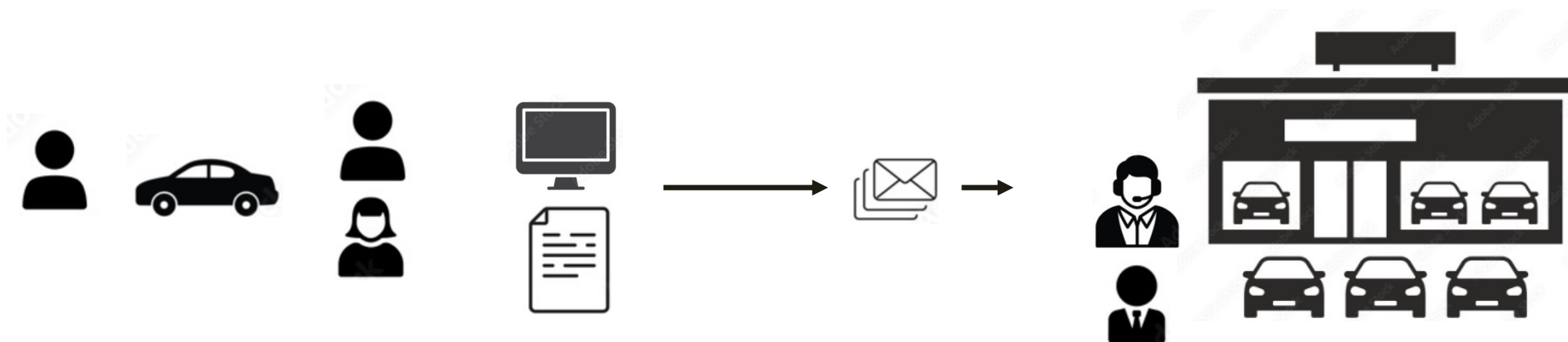
Je conclus sur une note positive et je prends congé.

LES OBJECTIFS DU SALON:

- **Rencontrer** un maximum de clients/de prospects
- Une **satisfaction maximale** des clients/des prospects
- Faire un maximum d'offres de **QUALITÉ et QUALIFIÉES.**
- => « **La quantité qualitative!** »



WORKFLOW ALGEMEEN:



LES DIFFERENTS TYPES DE CLIENTS SUR LE STAND:

Il est important après avoir accueilli le client,
de s'assurer de ses besoins (client particulier ou professionnel?),
avant de passer à la réelle analyse des besoins.

→ « **Parlons-nous d'un achat privé ou professionnel?** » (Dans le cas d'un achat professionnel → **Référer à la personne concernée!**)



DE VERSCHILLENDE KLANTEN OP DE STAND:

Particuliere klanten (B2C)

Diplomaten

Zelfstandige ondernemers (B2B)

Kleine & middelgrote
fleetklanten (B2B)

Grote fleetklanten (B2B)

Vrije beroepen

Fleetverantwoordelijken

User Choosers

- Aangepaste voorwaarden
- Andere aanschafmogelijkheden
- Andere kijk op electrificatie
- Fiscale motieven

DE VERSCHILLENDE KLANTEN OP DE STAND:

Particuliere configuraties:

- Gewone klanten (= particulieren)
- Personeel en ambassadeurs (= familie en ex-personeel) (voor meer info: verwijzen naar de teamleader)

Fleet configuraties:

- User Choosers (= iemand die met een firmawagen rijdt)
- Kleine zelfstandigen en vrije beroepen
- Diplomaten (vermelden bij opmerkingen)

DE VERSCHILLENDE KLANTEN OP DE STAND:

Door te sturen naar de Fleet Club:

- Fleetklanten (= beslissers) met wagenpark van meer dan 10 wagens
- User Choosers die werken voor een firma met een wagenpark van meer dan 10 wagens (indien interesse voor een bepaalde wagen, best al wel kwalitatieve offerte opmaken)
- Klanten met Vip-pass

=> **Fleet configuratie** betekent basis Fleet korting



DE VERSCHILLENDE AANSCHAFMETHODEN:

PARTICULIERE KLANTEN

Contant

Lening op
afbetaling

Ballonkrediet

Private Lease

DE VERSCHILLENDE AANSCHAFMETHODEN:

ZAKELIJKE KLANTEN

Contant

Lening op
afbetaling

Financiële
Leasing

Financiële
Renting

Operationele
Leasing

DE VERSCHILLENDE AANSCHAFMETHODEN:

ZAKELIJKE KLANTEN/FISCALE MOTIEVEN & ELEKTRIFICATIE

Fiscale aftrek

VAA

CO2-bijdrage

NOUS VERRONS LES 6 ÉTAPES « CLÉS » À NE PAS MANQUER TOUT AU LONG DU PROCESSUS DE VENTE:

1. J'**accueille** le client
2. J'**écoute** le client et **découvre** son projet
3. Je **présente le véhicule** au client
4. Je **réalise une offre** avec le client
5. Je **présente l'offre** au client
6. Je **remercie** le client pour sa visite

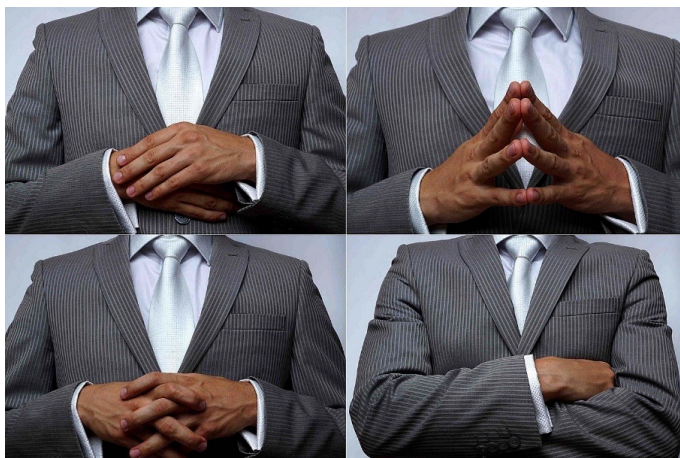


ÉTAPE 1: « J'ACCUEILLE LE CLIENT »



ÉTAPE 1: « J'ACCUEILLE LE CLIENT »

À votre avis, quelle est l'importance de la communication non-verbale dans nos interactions avec nos prospects? (En %)



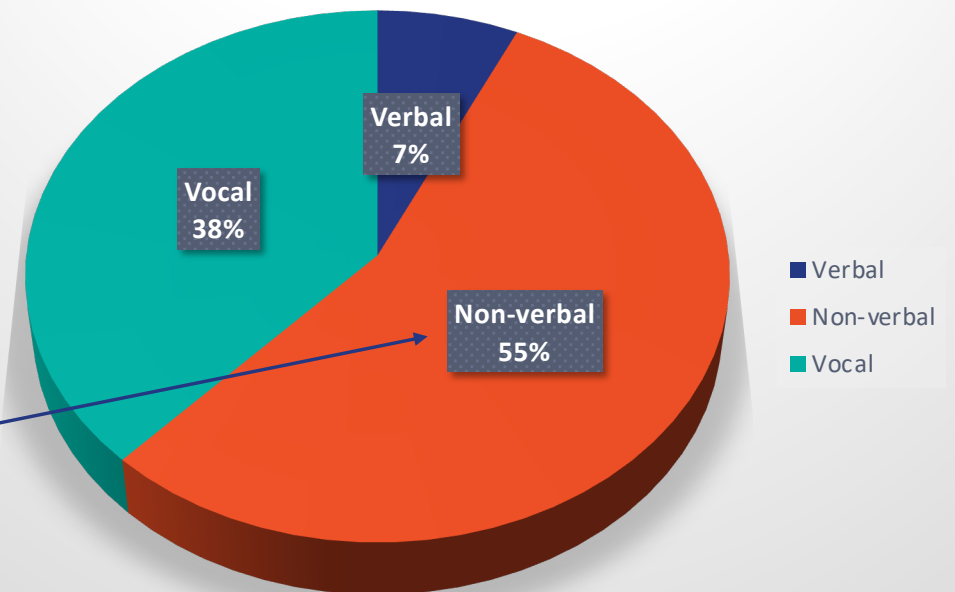
Communication **verbale**: Les mots

Communication **vocale**: Intonations, rires, etc.

→ Communication **non-verbale**: Contact visuel, comportement, posture, sourire, regards, etc.

55%!

Communication



Non-verbale houding:

- Verzorgd, proper uniform en gepoetste schoenen
- Draag uw naamplaatje
- Frisse adem! Let op geurtjes (sigaretten, etc.)
- **GEEN GSM's** op de stand!

Non-verbale communicatie:

- Glimlach (oprecht!)
- Open en vriendelijke lichaamstaal
- Maak oogcontact

Het eerste contact is cruciaal.
Uw voorkomen, de manier waarop u de klanten aanspreekt, uw blik,
uw verbale en non-verbale communicatie,
zullen bepalend zijn voor **80%**
van de uitkomst van uw gesprek.

Dans les 3 minutes!

- Je laisse le client s'acclimater pendant quelques instants et j'observe à quoi qu'il s'intéresse.
- Je m'avance vers le client pour le saluer.
- Je me présente avec mon prénom.
- Je veille à le regarder tout en lui souriant.
- Je souhaite au client la bienvenue sur le stand.
- Je me mets à la disposition du client en posant des questions ouvertes.

Exemple: « *En quoi puis-je vous être utile?* »



Remarques!

- Prêter la même attention à l'ensemble des personnes accompagnant le client.
- Apporte une attention aux enfants.

Si je ne suis **pas disponible** pour le client:

- Je le rassure d'une façon non-verbale que je l'ai remarqué.
- Quand un client en attente m'adresse la parole, je le salue et je l'informe que je l'aiderai par la suite. Je m'excuse auprès du client initial pour l'interruption.

Si le client vient voir **un autre modèle du groupe Stellantis**:

- Je mets le client en relation avec un collègue s'occupant de la marque.



Pro-actieve, verbale communicatie:

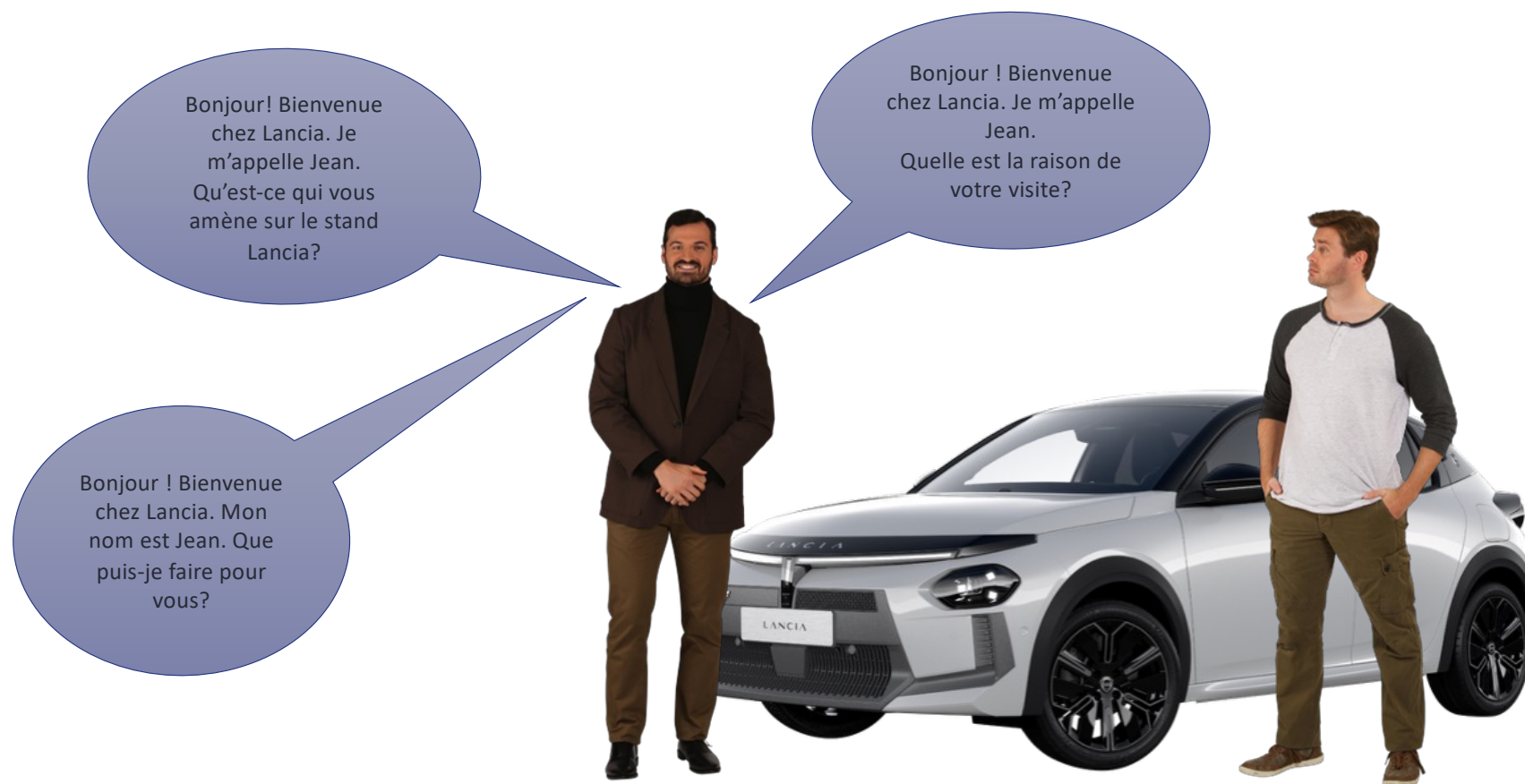
- “Goeiemorgen!”/“Goeiemiddag!”
- **Welkom bij Lancia**
- Stel jezelf voor met je **voornaam**

Stel de **juiste** vragen. Begin altijd met een **open** vraag:

- « *Wat kan ik voor u doen?* »
« *Que puis-je faire pour vous?* »
- « *Waarmee kan ik u helpen?* »
« *Comment puis-je vous aider?* »







MOGELIJKE REACTIES VAN DE KLANT:



Ik kijk maar een beetje rond.

Ik wil alleen maar een brochure.

Wat is uw beste prijs voor dit model?

RÉACTIONS POSSIBLES DU CLIENT:



Je ne fais que regarder.

*Je suis juste venue
pour une brochure.*

*Quel est votre
meilleur prix pour ce
modèle?*

Informant: Dat begrijp ik. Wij hebben een uitgebreid gamma. Misschien kan ik u begeleiden bij uw keuze? Naar welk model gaat uw voorkeur uit?

Klant: Dat weet ik nog niet. Ik kom gewoon eens kijken.

Informant: Uitstekend. Gaat u uw gang en kijk gerust wat rond. Mijn naam is Mark en mocht u vragen hebben, dan vindt u mij daar. En anders kom ik dadelijk zelf wel even informeren of u eruit komt.

Ik kijk maar een beetje rond.



Informant: Je comprends. Le choix est énorme, c'est pourquoi je peux vous servir de guide. Quel type de voiture cherchez vous en particulier?

Client: Je ne sais pas encore. Je ne fais que regarder.

Informant: D'accord, c'est entendu. Regardez à votre aise. Je m'appelle Jean et vous me trouverez là-bas, si vous avez la moindre question. Je reviendrai vers vous dans quelques minutes, pour voir comment vous vous en sortez.

Je ne fais que regarder.



Informant: Voor een brochure verwijs ik u graag door naar onze website. Daar kunt u alles terugvinden. Uiteraard kunt u ook terecht bij uw dichtstbijzijnde verkooppunt voor advies.

Als u dat wenst kan ik alvast antwoorden op de vragen die u heeft. Wat wil u graag weten over de Ypsilon?

*Ik wilde eigenlijk alleen
een brochure van de
Ypsilon.*



Informant: Prima, u weet kennelijk wat u wilt en dat maakt het wel zo makkelijk. Ik kan een offerte opstellen als u dat wenst, maar daarvoor heb ik echter wel wat gegevens nodig.

Op dit moment kunt u verder het verkoopproces volgen. Maar misschien ook niet...

Klant: Kunt u niet gewoon uw beste prijs noemen?

Informant: Natuurlijk, maar ik wil er zeker van zijn dat we u alle details geven die u nodig heeft. Op de prijs kunnen nl. nog een aantal factoren van invloed zijn, o.a. de inruilwaarde van uw huidige auto –als u er eentje heeft– plus eventuele speciale acties die misschien interessant voor u zijn. Als ik daarvoor de noodzakelijke details mag inventariseren, dan kan ik u verder helpen.

Ik wil weten wat uw beste prijs is voor een Ypsilon.



Informant: Excellent, vous savez manifestement ce que vous voulez, ce qui rendra les choses beaucoup plus faciles. Je peux établir une offre si vous le souhaitez, cependant pour cela, j'ai besoin de quelques informations.

À ce stade, vous pourrez poursuivre la procédure de vente. Dans le cas contraire...

Client: Ne pouvez-vous pas simplement me donner votre meilleur prix?

Informant: Bien entendu, mais je veux être certain de vous fournir tous les détails dont vous avez besoin, y compris le prix. Beaucoup de facteurs peuvent affecter ce dernier, comme votre voiture actuelle –si vous en possédez une– ainsi que toutes nos offres actuelles qui pourraient s'avérer intéressante pour vous. Permettez-moi de prendre note de quelques détails, de sorte que je puisse mieux vous aider.

*Je veux connaître votre
meilleure prix pour un
nouveau Ypsilon HF-Line
Hybride.*



De klant is akkoord om het verkoopproces verder te zetten.
Kader nu wat de volgende stappen zullen zijn.

Dit zijn de stappen
die we nu samen
zullen doorlopen.



OK!

- **Bespreek alle stappen die gaan volgen,**
- Gebruik '**wij**' in plaats van 'ik' indien mogelijk,
- Benadruk dat u **alleen doorgaat** met de volgende stap **als de klant** daarmee **akkoord** gaat en zich er prettig bij voelt,
- Vraag de klant om **zijn instemming**,
- Houd rekening met de **fase** waarin de klant in zijn eigen **koopproces** zit (internet?)

Ik wil weten wat uw beste prijs is voor een Ypsilon HF-Line Hybride.



- Maakt de klant duidelijk hoe de **gehele procedure in z'n werk gaat**,
- Draagt bij aan het **creëren van vertrouwen** en **wegnemen van spanning** aangezien er geen verborgen agenda is,
- Maakt de klant duidelijk dat hij **geen verplichting heeft tot kopen** of om door te gaan met de presentatie,
- Maakt de weg vrij voor een **open en eerlijk gesprek**,
- Stimuleert de klant **vragen te stellen** en een **reactie te geven**,
- Geeft de **klant** het **gevoel betrokken te zijn** en de controle te hebben.

Ik wil weten wat uw beste prijs is voor een Ypsilon HF-Line Hybride.



NOUS VERRONS LES 6 ÉTAPES « CLÉS » À NE PAS MANQUER TOUT AU LONG DU PROCESSUS DE VENTE:

1. J'accueille le client
2. J'écoute le client et découvre son projet
3. Je présente le véhicule au client
4. Je réalise une offre avec le client
5. Je présente l'offre au client
6. Je remercie le client pour sa visite



ÉTAPE 2: « J'ÉCOUTE LE CLIENT ET DÉCOUVRE SON PROJET »

Je présente au client le déroulé le mieux adapté pour sa visite.

Exemple: « *Je vous écouterai et vous poserai quelques questions afin de bien comprendre vos souhaits. Après, nous découvrirons ensemble la voiture répondant le plus à vos attentes. Enfin, je vous ferai une offre de prix personnalisée. Est-ce OK pour vous?* »

- J'engage un dialogue avec le client sur ses attentes et l'usage de son nouveau véhicule.
- J'écoute le client et le laisse s'exprimer librement.
- Je reformule si nécessaire les informations qu'il me communique pour m'assurer de ma parfaite compréhension de son projet.



De gemiddelde informant



De geslaagde, professionele informant



BEHOEFTE ANALYSE – KWALIFICATIE – DE JUISTE VRAGEN STELLEN

- Wat is uw **huidige auto**?
- Wat voor **soort ritten** maakt u?
- **Hoeveel kilometer** rijdt u per dag (jaar)?
- Wat **bevalt u** aan uw huidige auto?
- Welke **eisen** stelt u aan uw nieuwe auto qua grootte en specificaties?
- Welke **kenmerken** moet uw nieuwe auto hebben?
- **Waar** gaat u de auto **voor** gebruiken?
- **Wie** gaat de auto gebruiken?
- Wat vindt u **belangrijk** voor uw nieuwe auto?
- Wat is uw **budget**?
- Hoe wilt u uw voertuig **financieren**? (SFS en Leasys zijn aanwezig op de stand!)

L'ANALYSE DES BESOINS – QUALIFICATION – POSER LES BONNES QUESTIONS

- Quelle voiture conduisez-vous **actuellement**?
- Quel **type de conduite** adoptez-vous?
- **Combien de kilomètres** parcourez-vous par jour (an)?
- **Qu'appréciez-vous** dans votre véhicule actuel?
- Quelles **caractéristiques** recherchez-vous dans votre prochain véhicule?
- Quelles sont vos **priorités** concernant la nouvelle voiture?
- Quel **usage** faites-vous de la voiture?
- **Qui** va utiliser la voiture?
- Que **transportez-vous** dans votre véhicule?
- Quel est votre **budget**?
- Comment souhaitez-vous **financer** votre véhicule? (SFS et Leasys sont présents sur le stand!)

LA METHODE KUR

- **Kilometres:** « À quelle fréquence pensez-vous utiliser votre nouveau véhicule?
Tous les jours? Occasionnellement? Uniquement le week-end ou les
jours fériés ? Pour aller travailler ou déposer les enfants à l'école? »
« Quel est votre kilométrage quotidien? Combien de kilomètres par
jour comptez-vous parcourir? Courtes distances, longues distances? »
- **Usage:** « Quel type de trajet allez-vous effectuer avec votre véhicule? Routes
urbaines? Des autoroutes? »
« Est-ce votre véhicule principal? »

- **Recharge:**
 - « Weet u of er openbare laadpalen in de buurt van uw huis zijn? Rondom uw kantoor? »
 - « Heeft u een parkeerplaats bij u thuis? Of op het werk? »
 - « Beschikt u over parkeerplaatsen die geschikt zijn voor een laadoplossing? »



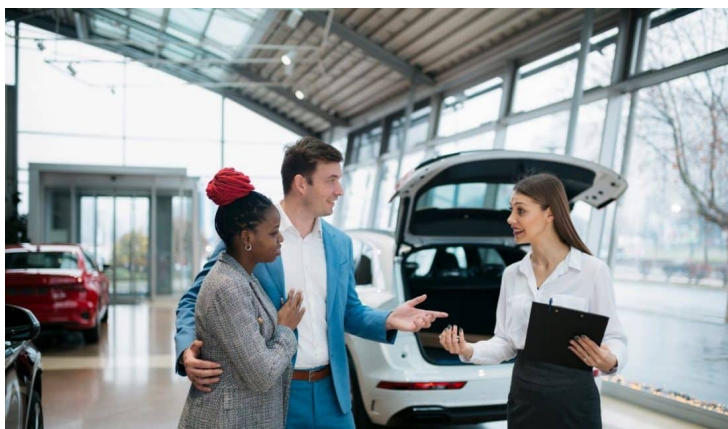
NOUS VERRONS LES 6 ÉTAPES « CLÉS » À NE PAS MANQUER TOUT AU LONG DU PROCESSUS DE VENTE:

1. J'**accueille** le client
2. J'**écoute** le client et **découvre** son projet
3. Je **présente le véhicule** au client
4. Je **réalise une offre** avec le client
5. Je **présente l'offre** au client
6. Je **remercie** le client pour sa visite



STAP 3: « IK STEL HET VOERTUIG AAN DE KLANT VOOR »

Doel: Producten en diensten presenteren **die aansluiten op de koopmotieven** van de klant & de klant zin geven om te kopen.



Je réalise ma présentation à l'aide du véhicule exposé.

- Je laisse le client manipuler librement le véhicule et ses équipements afin qu'il « s'approprie » le véhicule.
- Je profite de cette présentation du véhicule pour reformuler les attentes du client.

Je commence ma présentation par les points d'intérêt du client que j'ai identifiés pendant ma découverte de son projet.

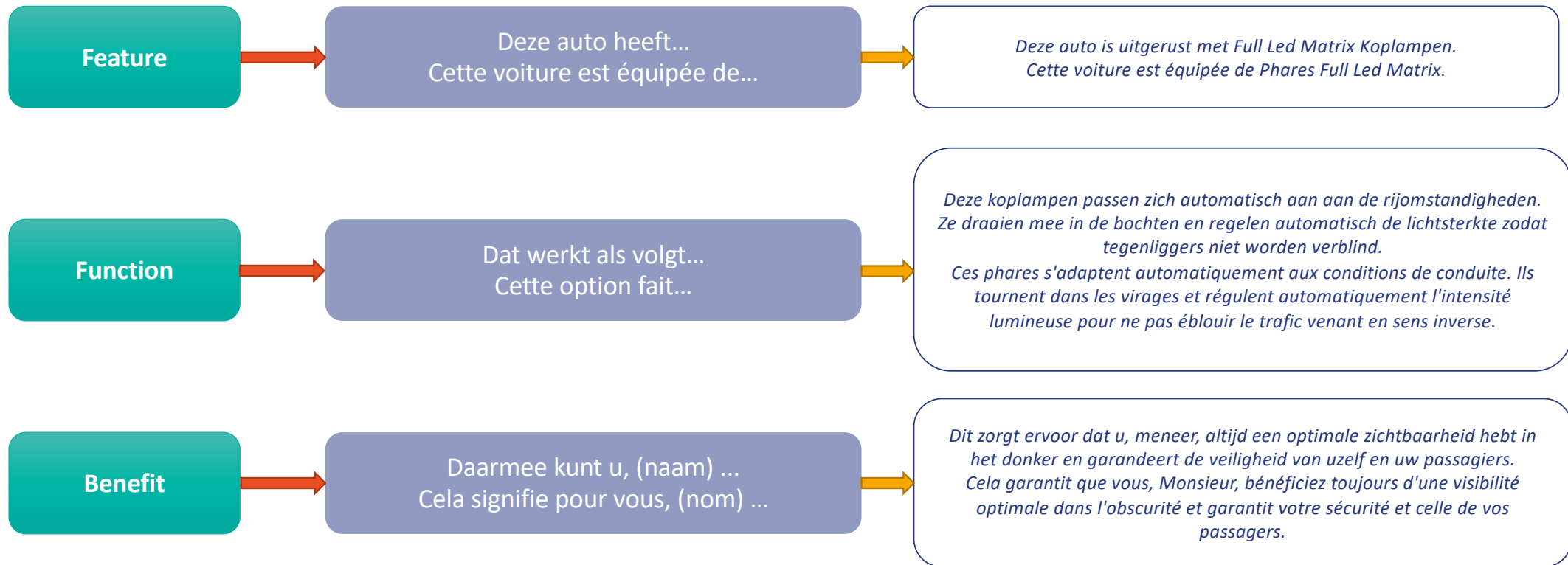
- Je présente au client toutes les réponses à chacune de ses attentes.
- Je mets l'accent sur les fonctionnalités et l'avantage client.

Je me tiens au côté du client pour répondre à toutes ses questions et l'invite systématiquement à monter à bord côté conducteur.

- La qualité de fabrication et de finition,
- Le confort des sièges et le soin porté à l'acoustique,
- Les diverses fonctionnalités de l'écran tactile (manipulation par le client)
- Les Services Connectés (exemple: navigation connectée, Connect SOS, ...)
- Les aides à la conduite (ADAS).



FFB



NOUS VERRONS LES 6 ÉTAPES « CLÉS » À NE PAS MANQUER TOUT AU LONG DU PROCESSUS DE VENTE:

1. J'**accueille** le client
2. J'**écoute** le client et **découvre** son projet
3. Je **présente le véhicule** au client
4. Je **réalise une offre** avec le client
5. Je **présente l'offre** au client
6. Je **remercie** le client pour sa visite



STAP 4: « IK MAAK EEN OFFERTE VOOR DE KLANT »



Ik stel voor dat ik u een vrijblijvende offerte op maat meegeef, die aansluit bij wat we samen besproken hebben.

Je propose de vous faire une offre sur mesure (sans aucun engagement), cette offre correspond exactement à tous ce dont nous avons discuté.

Je formalise l'offre via OMNI.

Je vérifie si le client est déjà connu dans la base de données.

Je réalise une offre en choisissant:

- Le modèle et la silhouette,
- Le niveau de finition,
- La motorisation et boîte de vitesse,
- La teinte de caisse et le garnissage intérieure.
- Les packs/options



**Ik informeer de klant dat de offerte naar het verkooppunt van zijn keuze zal worden verzonden
+ ik stuur de offerte ook per mail naar de klant.**

- Een commerciële adviseur zal binnen de 24 uur contact opnemen met de klant om een persoonlijke opvolging te bieden.

Benadruk de voordelen hiervan:

- Auto bekijken in een rustige omgeving
- De waarde van uw huidige voertuig bepalen
- Mogelijkheid om bijkomende vragen te stellen
- Aanschafmethode op maat
- Proefrit

NOUS VERRONS LES 6 ÉTAPES « CLÉS » À NE PAS MANQUER TOUT AU LONG DU PROCESSUS DE VENTE:

1. J'**accueille** le client
2. J'**écoute** le client et **découvre** son projet
3. Je **présente le véhicule** au client
4. Je **réalise une offre** avec le client
5. Je **présente l'offre** au client
6. Je **remercie** le client pour sa visite



ÉTAPE 5: « JE PRÉSENTE L'OFFRE AU CLIENT »

Je présente l'offre au client.

- J'énumère tout ce qui y est noté pour être sûr que tout est correct.

Je vérifie à nouveau les besoins du client et demande si un financement est nécessaire?

- Si la réponse est oui → accompagner le client aux bureaux SFS ou Leasys.



DES SIGNES POUR CRÉER UN OFFRE/UN LEAD

- Le visiteur veut recevoir **des informations**
- Il **touche le véhicule** et souhaite s'installer au volant
- Le visiteur **connaît le produit**
- Il veut **rencontrer un vendeur**
- Il vous **montre sa propre configuration**
- Il parle de « **ma voiture/mon véhicule** »



SALONVOORWAARDEN EN KLANTVOORDELEN

- Het hele Stellantisnetwerk (m.u.v. Leapmotor) werkt sinds 2023 onder een « **New Retailer Model** » (Agentuurcontract).
- Dit verschilt van het kader waarbinnen garages van sommige andere constructeurs werken.

Concreet houdt dit voor de klant op de stand in dat:

- De klant **altijd en overal** binnen het netwerk **dezelfde prijs** zal krijgen en **dezelfde salonvoorwaarden**, i.f.v. zijn klantprofiel.
- Garages doen geen individuele acties. Rondshoppen, is dus niet nodig.
- Ook **online** is de prijs dezelfde als in het netwerk, met **dezelfde klantvoordelen** in het kader van het Salon **i.f.v. het type klant**.

Let wel: De offertes die op het salon worden gemaakt, omvatten **basiskortingen**. Zakelijke klanten dienen zich te wenden tot hun retailer of NKAM om eventueel betere voorwaarden die zij genieten in het kader van B2B conventies, te laten toepassen op de gemaakte offerte.

DOORVERWIJSFLOW PER KLANTTYPE

Voor klanten die **AANKOPEN** (aan B2B voorwaarden) → **B2B business coach**

Informant werkt al een basisofferte uit met basiskorting.

De klant wenst meer in detail te gaan mbt de fleet-aanpak of aangeeft meer dan 1 wagen te overwegen.

Kredieten, **renting/financiële leasing** en **PRIVATE lease** → **SFS**

Operationele Leasing → **Leasys**



BMS 2026 :

- 3 kantoren
- Team: 2 externen + rotatie van 5 internen
- Marketingdirecteur: Louis Guttilla
- Distributieverantwoordelijke: Xavier Lepère
- Dagelijkse aanwezigheid (dag + nacht)
- De maandelijkse betalingen op de laadpalen zullen via Leas'N'GO gebeuren (een leasing voor particulieren)
- Doel: verzending van meer dan 500 gekwalificeerde leads naar het netwerk

Enkele cijfers:

- 1 particuliere klant op 2 neemt een SFS-financiering
- 1 zakelijke klant op 4 neemt een SFS-financiering

De Salonperiode / Q1 vertegenwoordigt 40% van de jaarlijkse contracten van SFS

Doelstellingen voor de informanten:

- Leid de klanten naar onze kantoren door de vraag te stellen: financiering aan 100% van uw prospects
- Respecteer strikt de instructies van het onderstaande script (de DO's en DON'Ts) zodat de klant kan profiteren van het beste aanbod op de stand, en dit met inachtneming van de regels opgelegd door de SPF en de FSMA.

STANDAARDSCRIPT

- Aan het einde van de configuratie, bij het overzicht, als de klant de vraag niet zelf stelt, moet de informant de financieringsvraag stellen: **“Bent u geïnteresseerd in een financieringsoplossing?”**
- Als de klant **“Nee”** zegt, stopt het daar.
- Als de klant **“Ja”** zegt, zegt de informant: **“Ik mag er niet met u over praten, maar ik zal u meenemen naar mijn collega’s van SFS die u de details kunnen geven en een simulatie kunnen maken.”**
- In het SFS-kantoor zal de SFS-informant een simulatie voor de klant maken op basis van zijn voertuig/merk en de prijs die hem door de Product Genius op de stand is gegeven.

DO

- Stel de financieringsvraag aan alle klanten, zowel particulieren als bedrijven.
- Als de klant een vraag stelt over de huur van de laadpalen, mag de Product Genius zeggen dat het gaat om huren via Leas’N’GO, maar moet de klant doorverwijzen naar het SFS-kantoor.
- Voor elk ander product, behalve consumentenkrediet (zie DON’T), als er een vraag of opmerking is, mag de Product Genius eenvoudig zeggen: **“Wij hebben speciale voorwaarden voor al onze leasingproducten, ik neem u mee naar mijn collega’s van SFS die u meer details kunnen geven en een simulatie kunnen maken.”**



DON’T

- **Onder geen beding mag de Product Genius spreken over consumentenkrediet, noch in termen van huurprijzen, noch van rentevoeten (“er zijn goede tarieven” → VERBODEN), op straffe van zware boetes voor Stellantis en SFS. Dit geldt zowel voor een uitspraak van zijn kant als voor een antwoord op een vraag van een klant.**

OMGAAN MET BEZWAREN

BEZWAREN/ VRAGEN/VALKUILEN

- Hoeveel **extra korting** krijg ik nog bijkomend **op de prijs van deze offerte**, nu **tijdens het salon**?
- Hoeveel **extra korting** krijg ik nog bij het **verkooppunt**?
- **Prijzen zijn** veel **duurder** geworden **dan vroeger**!
- Ik heb gelezen dat er **problemen** zijn geweest **met de motorisatie** van het merk!
- Kan u mij zeggen hoeveel mijn **huidig voertuig** nog **waard is**?
- Bij **merk X** krijg ik **betere voorwaarden/merk X is goedkoper**!



NOUS VERRONS LES 6 ÉTAPES « CLÉS » À NE PAS MANQUER TOUT AU LONG DU PROCESSUS DE VENTE:

1. J'**accueille** le client
2. J'**écoute** le client et **découvre** son projet
3. Je **présente le véhicule** au client
4. Je **réalise une offre** avec le client
5. Je **présente l'offre** au client
6. Je **remercie** le client pour sa visite



ÉTAPE 6: « JE REMERCIE LE CLIENT POUR SA VISITE »

La confiance qui s'est installée au fur et à mesure des étapes de l'entretien doit perdurer quand le moment est venu de se quitter.

Pour ce faire, utilisez **les 4R**:

- **R**assurer
- **R**emercier
- **R**accompagner
- **R**evoir



STAP 6: « IK BEDANK DE KLANT VOOR ZIJN/HAAR BEZOEK »

Leg steeds de **volgende stappen uit** aan de klant, zodat hij/zij weet dat hij/zij zal worden **gecontacteerd en uitgenodigd door de retailer** uit zijn/haar regio.

Benadruk de **voordelen** hiervan:

- Auto bekijken in een rustige omgeving
- De waarde van uw huidig voertuig bepalen
- Mogelijkheid om bijkomende vragen te stellen
- Aanschafmethode op maat
- Proefrit

ÉTAPE 6: « JE REMERCIE LE CLIENT POUR SA VISITE »

Je remercie chaleureusement le client de sa visite sur le stand.

Je conclus sur une note positive et je dis au revoir au client en serrant les mains.



LES MISES EN SITUATION AVEC DES VISITEURS 'DIFFICILES'

Certains clients peuvent être **en colère** car:

- Ils ont un problème avec l'entreprise
- Ils n'acceptent pas une procédure
- Ils ne comprennent pas une organisation

Ne le prenez pas pour vous, ne changez surtout pas votre façon d'être ou votre personnalité!

Ils s'en prennent à vous, car vous êtes la première personne que le client voit.



QUE FAIRE EN CAS DE SITUATIONS INATTENTUES?

1. Client isolé
2. Journaliste (d'investigation, style 'On n'est pas des Pigeons, Test Aankoop...' ou autre)
3. Manifestation de groupe de clients
4. Manifestation autre
5. Visite d'un officiel non-prévue

QUELS COMPORTEMENTS ADOPTER EN FACE D'UNE DE SES SITUATIONS?

RESTEZ TOUJOURS POLI, CALME & SEREIN!

1. Client isolé

La personne qui est interpellée ou questionnée par le client doit

→ **Restez poli, ne discutez pas avec le client, prenez-le au sérieux dans toute circonstance, prendre en compte sa demande et contactez-le.**

TEAM LEADER

→ Si elle est filmée à son insu demandez d'arrêter de filmer

QUELS COMPORTEMENTS ADOPTER EN FACE D'UNE DE SES SITUATIONS?

2. Journaliste (d'investigation, style 'On n'est pas des Pigeons, Test Aankoop...' ou autre)

La personne qui est interpellée

→ **Restez poli, prenez en compte la demande**

Si elle est filmée à son insu demande d'arrêter le tournage. En réfère à l'équipe Communication

IMPORTANT

→ **Restez poli, calme et serein**

Ne répondez pas à des questions dont vous ne connaissez pas la réponse, ne discutez pas même si cela peut vous sembler innocent.

Ne répondre à aucune interview ou question sans l'accord et la présence d'une personne de la communication

Droit de demander à ne pas être filmé

Prévenir la sécurité si le comportement se fait pressant ou induit une forme de pression sur vous-même et les équipes présentes

QUELS COMPORTEMENTS ADOPTER EN FACE D'UNE DE SES SITUATIONS?

3. Manifestation de groupe de clients

Dès que la manifestation est confirmée et en route vers les stands Stellantis,

Le chef de stand

→ **Prévient l'organisation BMS**

Prévient le/la responsable de la Communication présent

Prévient le **WhatsApp groupe Alerte BMS** (à créer)

En fonction de la demande, le chef de stand/Communication reçoit le porte-parole du groupe, écoute ses doléances en faisant preuve d'empathie et de calme.

QUELS COMPORTEMENTS ADOPTER EN FACE D'UNE DE SES SITUATIONS?

4. Manifestation autre

Le chef de stand

→ **Prévient l'organisation BMS** (si pas contacté lui-même par BMS)

Prévient les Team Leaders et la **responsable de la Communication** présent

Prévient le **WhatsApp groupe Alerte BMS** (à créer)

En fonction de la situation, le chef de stand/Communication reçoit le porte-parole du groupe, écoute ses doléances en faisant preuve d'empathie et de calme.

Si situation critique (on abime les voitures avec colle et ou 'sang') Ne paniquez pas, ne réagissez pas; la sécurité du BMS devra intervenir.

QUELS COMPORTEMENTS ADOPTER EN FACE D'UNE DE SES SITUATIONS?

5. Visite d'un officiel non-prévue

Le chef de stand

→ Dès réception de l'information, **prévient la personne de la communication** présente sur le stand ou les stands ainsi que les cadres présents au moment de la visite.

Accueille le visiteur



BRUSSELS MOTOR SHOW TRAINING MODULE COMPORTEMENTAL

Janvier 2026