NEGOCIER EN PROFESSIONNEL AVEC SES CLIENTS

Ref. SA62

Durée :

3 jours (21 h.)

Les participants et leur pré-requis :

Commerciaux expérimentés

Notre intervenant :

Formateur -Consultant dans le domaine commercial

L'organisation :

Lieu : A déterminer Occitanie

Dates : à déterminer

Horaires : 08h30 17h00

Coût par participant :

990 € HT
(1188 € TTC)

Renseignements et inscriptions :

Sabine ACCO

LES OBJECTIFS :

- Connaître les techniques pour résister au marchandage dans le cadre d'une vente.
- Etre en mesure de présenter les différents éléments du prix pour mieux défendre ses marges.
  Savoir exercer une relation d'influence et perfectionner ses techniques de réponse aux objections.
- Gérer les accords et les désaccords en préservant la relation commerciale.

NOTRE CHOIX PEDAGOGIQUE ET LES MODALITES D'EVALUATION:

Repose sur une approche pragmatique, conciliant des apports théoriques, la présentation d'outils et des mises en situation.
Un support mémoire des points clé est remis à chaque participant.

Evaluation qualitative et quantitative effectuée par les participants en fin de formation

LE CONTENU DE LA FORMATION :

Qu'est-ce que négocier ? - Vente et négociation

- Prendre conscience des enjeux économiques en défendant ses marges.
- Evaluer le rapport de forces « Acheteur -Vendeur ».

Les facteurs de réussite d'une négociation

- Les compétences d'un bon négociateur.
- Quelques outils pour négocier
- Régler au mieux notre pouvoir d'influence : confiance en soi.
- Contrôle émotionnel et gestion du stress.
- Les techniques d'argumentation et de manipulation
- Les techniques pour présenter le prix.
- Les fondamentaux d'une bonne communication :
- l'importance des mots, le non verbal, l'écoute active et la reformulation.

Préparer une négociation

- Utiliser une grille de préparation : objectifs, points limites, niveau d'exigence, marge de négociation...
- Définir avec précision ce qui est négociable et ce qui ne l'est pas.
- Construire une stratégie convaincante en fonction des intérêts respectifs des parties en présence.

- Savoir élaborer un argumentaire de vente pour défendre son prix, selon la dialectique argument/objection.
- Les 4 variables clé : Le temps, les niveaux, les rythmes, les caps.
- Les pôles de négociation.
- Traiter les objections les plus courantes, notamment « c'est trop cher »,
- Choisir le moment opportun pour parler du prix.

Mener une négociation

- La méthode des 3 « C ».
- Les 4 résultats possibles : désaccord, compromis, concession, consensus.
- La gestion des situations délicates et déstabilisantes.
- Augmenter ses chances de succès en faisant porter la négociation sur tout ou partie de l'enjeu.

Comprendre la construction du prix

- Le prix revenu et la logique financière.
- Le prix valeur et la logique client.
- Le prix stratégique et la logique managériale.
- Le prix concurrentiel et la logique commerciale.
- Rappel sur la notion de marge.

Vendre le prix : les différents scénarios

- Notre proposition est équivalente à celle du concurrent.
- Notre proposition est différente de celle du concurrent.
- Le client « joue » et cherche une réduction ou un avantage.
- Le client compare le prix sur un critère objectif.

La conclusion de la négociation

- Les moments et les signes pour conclure.
- La formalisation d'un accord.
- Le suivi et l'éventuelle renégociation.
- La préparation des étapes futures et la fidélisation.