

**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.