



Public

Commercial ou toute personne souhaitant améliorer la qualité de ses activités commerciales



Pré-requis

Aucun



Durée

3 jours – 24 heures

Horaires : 08h30 – 12h30
14h00 – 18h00



Organisation

Diagnostic / positionnement avant la formation.

Pédagogie en face à face : alternance entre les connaissances "terrain" et les apports théoriques.

Écoute active des besoins, réponse aux attentes tout en respectant les objectifs pédagogiques fixés.

Échange avec le groupe afin de faire ressortir les notions-clés de la formation.

Mise en pratique à travers des exercices issus du vécu professionnel des participants.

Remise d'un support de cours numérique et/ou écrit.

Remise d'une attestation de formation.



Évaluation

Évaluation sommative à travers un cas pratique à chaque fin de module.

TECHNIQUES DE NEGOCIATION

OBJECTIFS

Cette formation répond à toutes les questions relatives à la "méthode" et aux "outils" de la négociation d'achat/vente. Par l'entraînement, elle vous fera surtout découvrir des techniques simples et éprouvées pour adopter la posture qui font d'un bon négociateur. La maîtrise des fondamentaux de la communication est une des clés de succès.

Mettre en œuvre les stratégies, techniques et tactiques de la négociation.

Qui est ce client ce prospect ce fournisseur potentiel?

Comment appréhender, anticiper la situation?

Comment être prêt physiquement et mentalement?

PROGRAMME

Communiquer dans le but de persuader

A. LES ENJEUX INFORMATIFS

B. LES ENJEUX DE POSITIONNEMENT D'IDENTITE

C. LES ENJEUX D'INFLUENCE

D. LES ENJEUX RELATIONNELS

E. LES ENJEUX NORMATIFS

IV COMPLEXITE DE LA COMMUNICATION

V LES COMPOSANTES DE LA COMMUNICATION

A. LES ACTEURS

B. LE MESSAGE

C. LE CANAL

D. LE CONTEXTE

E.

Savoir découvrir l'autre :

La négociation commerciale en pratique , application commerciale

Maîtriser son expression : La voix, vecteur de l'expression orale

L'articulation

la diction

Le débit

le rythme

L'intensité,

le volume

L'intonation

Le sourire

L'énergie

Le silence

Le non-verbal

LE LANGAGE OUTIL DE PRECISION

Le non verbal qui peut trahir

Interprétation de la gestuelle

La synchronisation

Vouloir persuader



Public

Commercial ou toute personne souhaitant améliorer la qualité de ses activités commerciales



Pré-requis

Aucun



Durée

3 jours – 24 heures

Horaires : 08h30 – 12h30

14h00 – 18h00



Organisation

Diagnostic / positionnement avant la formation.

Pédagogie en face à face : alternance entre les connaissances "terrain" et les apports théoriques.

Écoute active des besoins, réponse aux attentes tout en respectant les objectifs pédagogiques fixés.

Échange avec le groupe afin de faire ressortir les notions-clés de la formation.

Mise en pratique à travers des exercices issus du vécu professionnel des participants.

Remise d'un support de cours numérique et/ou écrit.

Remise d'une attestation de formation.



Évaluation

Évaluation sommative à travers un cas pratique à chaque fin de module.

LES BESOINS DU CLIENT

Questionner pour découvrir le SONCAS du client

METTRE EN ŒUVRE LES STRATEGIES, TECHNIQUES ET TACTIQUE DE LA NEGOCIATION

Qui est ce client ce prospect ce fournisseur potentiel?

Les sources d'informations importantes avant les négociations.

Comment appréhender, anticiper la situation?

Comment être prêt physiquement et mentalement?

UN ATOUT MAJEUR: LA TECHNIQUE DU QUESTIONNEMENT

LES TECHNIQUES DE TRAITEMENT DES OBJECTIONS

Inventaire de tactique de réfutation

Les 7 Phases du processus de traitement des objections

La méthodologie de mise en situation

La méthode AHOS

Le diagnostique

Construire ses objections.

Le DONNANT DONNANT

Les contreparties possibles en échange d'une concession

L'utilisation de sa marge de manœuvre