



Public

Tout public



Pré-requis

Gout du contact et de la vente



Durée

3,5 jours – 28 heures

Horaires : 09h00 – 12h00

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.

NEGOCIATION COMMERCIALE

OBJECTIFS

Préparer et mener sa négociation commerciale.
Valoriser son offre pour défendre ses marges.
Obtenir des contreparties aux efforts consentis.
Verrouiller ses négociations

LE PROGRAMME DE LA FORMATION

1 Phasage d'une négociation

Place de la négociation dans le processus achats/vente.
La préparation et l'entretien.
Le ciblage des objectifs.
L'évaluation du périmètre.
Le rapport de force acheteur/vendeur et enjeu.
La mise en place de stratégies.

2 Les besoins du client

Questionner pour découvrir le SONCAS du client

3 Outils du négociateur achats/vente.

Le diagnostic situationnel.
L'argumentaire achat/vente.
La capacité d'engagement de l'acheteur.
Objectif et limites.
Points de ruptures quantifiés.
Concessions - Contreparties.
Check-list de questions à poser.
Le questionnement, la reformulation.
Le compte-rendu d'entretien.

4 Postures efficaces pour réussir

La place du négociateur achats/vente face à ses interlocuteurs internes.
Gérer le rapport de force. Doser ses ressources.
Bonnes pratiques de communication.
Détachement et anticipation face à l'acheteur/vendeur.
Écoute et discernement. Résistance et échange.
Empathie et assertivité.
Gagner la confiance et le respect de son interlocuteur.

Convertir un client en lead Qu'est-ce qu'un Lead, Objectifs et finalités
Optimiser les liens avec les réseaux sociaux

4 Le langage outil de précision

Le non verbal qui peut trahir
Interprétation de la gestuelle
La synchronisation





REDUREAU CONSEIL INNOVATION

« Dans le cadre d'une veille permanente, « REDUREAU CONSEIL » fait évoluer ses programmes pour s'adapter sans cesse aux besoins des entreprises et des stagiaires »

*Jean Luc Redureau
Responsable qualité*

Découvrez les nouveautés 2023 de notre programme NEGOCIATION COMMERCIALE :

Qu'est-ce qu'un LEAD ?

Comment transformer un client en lead ?

Optimiser les liaisons avec les réseaux sociaux