

# NÉGOCIATION COMMERCIALE



Durée : 2 jours

Horaires : 9h / 12h30 - 14h / 17h30

Soit 14h/participants.

## **COÛT PÉDAGOGIQUE PAR GROUPE (6 personnes maximum)**

*A partir de 2.000,00 € la journée nette de taxes,*

Contenus aménagés à la culture de l'entreprise. Inclus supports de formation.

**Site de formation** : salle de formation fournie par le client dédiée (hôtels, résidence pour séminaires...)

**Reste à votre charge restauration, déplacement et hébergement.**

## **INSCRIPTION**

Inscription ouverte toute l'année, les dates des sessions vous seront communiquées ultérieurement.

Merci de compléter dans notre onglet contact votre nom, prénom, mail. Merci de préciser dans « sujet » la formation souhaitée et dans « message » votre Numéro de téléphone, votre poste actuel et nom de votre société.

**Pour les participants en situation de handicap** merci de contacter notre référent Handicap Magali Falleur [magali.engel@mc2f.fr](mailto:magali.engel@mc2f.fr) ou au 06 62 30 07 61, afin de prévoir toutes les mesures nécessaires.

## **PRE-REQUIS**

Tous types d'expérience dans le secteur commercial : Commerciaux, Technico-commerciaux, ingénieurs commerciaux et chargé d'affaires.

## **OBJECTIFS**

- Acquisition démarche, réflexe et outils améliorant l'efficacité des entretiens de vente et de toutes négociations.
- Adaptation aux attitudes et comportements de l'acheteur.
- Comprendre et accélérer le process de signature.

## **DÉROULÉ DE LA FORMATION**

### *Première Journée :*

#### **Accueil des participants**

#### **La qualité au service de la réussite :**

- Que signifie faire de la qualité en relation commerciale ?
- La qualité c'est l'affaire de chacun.
- Comment cela s'intègre dans notre travail de commercial ?
- Échange du groupe sur ces différents sujets.

#### **Les règles de base d'une vente efficace et efficiente :**

- Que signifie être concret ?
- Quelles différences entre techniques et attitudes de communication ?
- Pourquoi avons-nous parfois des clients « difficiles » ?
- Les obstacles à une bonne communication.
- Comment réagissent nos interlocuteurs ?
- Comment les amener à signer le plus rapidement possible ?
- Le déclencheur de notre succès et de notre motivation.
- L'état d'esprit qui fait réussir une vente.

#### **Jeux de rôle (1<sup>ère</sup> partie) : la communication comportementale**

- Mises en situation des participants les uns après les autres.
- Cette animation se fera sur les bases de l'exposé préparé à l'avance et aura pour thème :
  - Comment amener un client à adhérer à notre discours et à signer le bon de commande ?
  - Quels peuvent être les freins à cette signature ?
  - Qu'est-ce que j'attends de cette formation pour être encore plus performant lors de mes entretiens de vente ?
- **Analyse par le groupe.**

#### **La communication comportementale au service du vendeur :**

- Le processus de la réussite lors d'une vente.
- Les clients : qu'attendent-ils de nous ?
- Comment découvrir et répondre à leurs attentes ?

#### **Les attitudes qui font vendre (1<sup>ère</sup> partie) : jeux de rôles**

- Quelles sont les qualités nécessaires pour bien vendre ?

- **Travail devant le groupe et analyse du contexte** : ce travail se fera sur l'exposé préparé à l'avance.
- Que signifie vendre ?
- Comment développer notre potentiel de vendeur ?
- Faire face au stress : de quelle manière maîtriser le trac et rester soi-même ?
- Le non-dit (gestes, sourires, attitudes....).
- L'importance de l'émotionnel dans nos relations avec nos clients.
- **Analyse par le groupe en point forts et points à améliorer.**

### **Jeux de rôle (2ème partie) :**

- Mises en œuvre de ce que nous venons de travailler.
- Aller plus loin dans la vente en analysant les différentes phases qui participent à la réussite d'une action commerciale.
- **Le groupe analyse chaque animation en positif et en points d'amélioration.**

### **Bilan de la journée.**

- Réflexion de Faire exprimer les participants sur leur vécu de cette journée et leurs besoins.
- Pour la deuxième journée, mener une réflexion sur le travail de la première journée et sur ce qu'ils doivent mettre en œuvre pour faciliter leur travail de commercial.

## *Deuxième journée :*

### **Accueil des participants :**

- Réflexion et travail de groupe.
- Qu'ont-ils retenu de la première journée ?

### **Comment se donner le maximum de chances de réussir une vente ?**

- Travail sur les trois règles d'or.
- L'importance de notre subconscient dans notre réussite.
- Ces trois règles : bases de la réussite de nos animations.
- Mises en situation et analyse du contexte.

### **L'écoute base de la vente :**

- L'importance de l'écoute dans la vente.
- Comment prendre en considération nos clients ?
- Les attitudes d'écoute.
- Mises en situation et analyse du contexte.

### **Jeux de rôle (3ème partie) :**

- Mise en œuvre de ce que nous venons de travailler.
- Le groupe analyse chaque animation en positif et en points d'amélioration.

- Utilisation d'une grille de lecture des animations.

### **Les attitudes qui font vendre (2<sup>ème</sup> partie) :**

- Gérer les situations difficiles en situations de vente.
- Travail sur le schéma de la communication.
- Comment faire face à toutes les situations de vente même les plus difficiles ?

Les attitudes qui font vendre (2<sup>ème</sup> partie) (suite) :

- Comment faire tomber l'agressivité éventuelle d'un client ?
- De quelle façon répondre aux questions embarrassantes des clients ?
- Garder son sang froid et sa motivation en toutes circonstances.
- **Mises en situation et analyse du contexte par le groupe.**

### **Jeux de rôle (4<sup>ème</sup> partie) :**

- Comment mettre toutes les chances de son côté pour trouver un point d'accord avec le client ?
- Rappeler l'importance du premier contact en travaillant les bases d'un entretien de vente
- Situations d'animations difficiles : interventions des participants.
- Voir comment trouver un point d'accord avec le client.
- Savoir découvrir les facteurs d'achat (feux verts) et s'en servir afin de signer le plus rapidement le bon de commande.
- **Le groupe analyse chaque animation en positif et en points d'amélioration.**

### **Evaluation des acquis :**

- Le candidat s'auto-évalue sur ses acquis.

### **Bilan de la formation.**

- Chaque participant expose sa vision de ces deux jours et la réponse à ses attentes.
- Chacun s'engage à mettre en œuvre ce qui a été étudié dans sa relation commerciale.
- Évaluation du stage.
- Remise du support de cours pour les deux jours.