

Durée

2 jours (14 heures)

Public

Commerciaux, vendeurs,
technico-commerciaux en charge
de négocier avec la clientèle

Prérequis

Aucun

Objectifs

Préparer ses négociations pour
anticiper les exigences des acheteurs

Mieux défendre ses marges

Résister à la pression

Prévoir les contreparties

Méthodes pédagogiques

Alternance d'apports théoriques, et de
phases de réflexion.

Echanges interactifs.

Mises en situation et jeux de rôles.

Evaluation

Analyse d'une situation

Intervenant

Consultant en communication,
management, techniques de vente et
développement personnel

Lieu

Chez EvryWare ou en entreprise

« **La rareté fait le prix des choses!** ».

L'acceptation du prix est souvent citée comme le dilemme Numéro 1 des vendeurs. Pourquoi ? Parce qu'on confond valeur et prix. Le prix fait partie du produit que l'on vend. Le remettre en question, trouver des compromis négociés et réalistes, proposer des contreparties ne doit jamais ôter de la valeur au produit.

Faire accepter et défendre

- Comprendre les enjeux de la défense des marges
- La préparation de la négociation
- Quels objectifs, quel cadre et avec quels interlocuteurs ?
- Ce qui est négociable : le définir

L'acceptation argumentée

- Entrer dans une logique : à chaque objection son argument
- Rechercher la conclusion d'accords gagnant-gagnant
- A quel moment engager la négociation sur le prix
- Etre sûr de soi
- S'affirmer et savoir prendre du recul
- Les principales objections sur le prix
- Anticiper et traiter les objections
- Comment utiliser le rapport de force

Techniques de négociation

- Si recul, toujours avec une contrepartie
- Comment adapter sa négociation aux différents types d'interlocuteurs ?
- Contourner les demandes
- Repérer les impasses et les points de blocage
- Faire face à l'ultimatum ou à l'injonction « c'est ça ou rien ! »
- Rendre progressivement l'acheteur coopérant
- La valorisation argumentée des services
- Conclure fermement et positivement

RESULTATS

- La capacité de relativiser le degré d'importance de la notion de prix.
- Oser donner à son produit sa juste valeur.
- Défendre et vendre cette valeur en faisant accepter un prix cohérent.