

# Les fondamentaux de la négociation commerciale

Durée

3 jours

Participants

2 à 10

Coût

Sur devis

Niveau

Débutant

## Cible

Responsables commerciaux, Commerciaux, Dirigeants PME-PMI. Toute personne chargée du développement commercial de l'entreprise

## Contexte

Adopter un état d'esprit résolument tourné vers le client est aujourd'hui la raison d'être de l'entreprise. Cela impose la nécessité pour les organisations de miser sur leur stratégie et leur force commerciale ainsi que sur l'optimisation de la qualité de la relation client

## Objectifs et compétences visées

- Identifier et maîtriser les différentes étapes d'un entretien commercial
- Développer sa performance et son efficacité commerciale
- Vendre en fonction du besoin des clients
- Savoir conclure une affaire et augmenter sa présence chez ses clients

## Dispositif de suivi et contrôle qualité

Suivi de prestation: signature de fiches de présence par ½ journée  
Suivi qualité: Questionnaire à chaud (à l'issue de la formation)

## Modalités pédagogiques

**Jeux pédagogiques** ★ ★  
**Brainstorming** ★ ★  
**Études de cas** ★ ★ ★  
**Feedback** ★ ★ ★

**Présentiel** (locaux client): Brainstorming, études de cas, feedback, accompagnement et coaching  
Pas de **distanciel** prévu pour cette formation  
**Livrables:** support de présentation et fiches techniques

## Possibilités de personnalisation

**Durée et rythme:** La formation peut être condensée ou échelonnée selon l'analyse des besoins du client

**Métier:** adaptation au métier

## Prérequis

Aucun

## Programme

- Connaître l'entreprise et son marché
  - Méthode pour préparer l'entretien de vente
  - Être en veille sur le marché
  - Identifier ses points forts et axes d'amélioration par rapport à la concurrence
- Prendre contact avec son client/prospect
  - La méthode
- Découverte de l'entreprise et du besoin du client
  - Les techniques de questionnement
  - L'écoute active et la reformulation
- Définir son offre : argumenter ses produits et ses services
  - La méthode d'argumentation ciblée
  - Le langage positif
- Savoir répondre aux objections et valoriser son prix et ses services
  - Méthode
- Défendre son offre et sauvegarder ses marges
- Conclure et consolider la relation client

