RH FOR BUSINESS
Les ressources humaines au service de votre développement

PROGRAMME DE FORMATION

VENDRE MIEUX ET RÉUSSIR SES NÉGOCIATIONS

Prérequis

Il n'y a pas de prérequis pour cette formation

Objectifs de la formation

Prendre du recul sur la pratique commerciale, voir ou revoir des fondamentaux, pour à l'issue de la formation :

- Gérer sa démarche commerciale en un ou plusieurs rendez-vous terrain
- Adapter sa méthode à la vente par téléphone ou en visio
- Savoir négocier
- Garder la maîtrise de ses entretiens de vente pour conclure

Durée

2 journées de 7 heures, ou 4 demi-journées de 3,5 heures

Si vous ne disposez que d'une journée, nous adapterons ce programme selon vos besoins.

Programme détaillé

LES ÉTAPES DE LA VENTE : MÉTHODE DES 5 C

Contacter

Objectif : maîtriser une présentation de son entreprise commune à tous, visant à la cohésion du discours, et en s'appuyant sur les outils marketing-communication existants

- □ Définir le cadre de l'entretien et susciter l'attention du prospect/client
- □ Donner les bons signaux d'attitudes comportementales
- □ Valider les attentes au sujet de l'entretien

Atelier : rédaction d'une présentation de l'entreprise

Connaître

Objectif : collecter les informations nécessaires puis les analyser en en faisant une reformulation

Les techniques d'écoute

- □ Adopter une posture d'écoute sincère et active
- □ L'écoute active : du jugement à la reformulation, adapter son écoute en fonction de l'objectif
- □ S'entraîner à se mettre sur la même " longueur d'onde " que son interlocuteur pour établir une relation d'écoute réciproque en entretien

Les techniques de questionnement

- □ Comment recueillir des informations commerciales : questionnement directif et non-directif
- □ L'importance de la reformulation pour favoriser la compréhension, analyser l'enjeu et obtenir les informations que votre concurrent n'aura pas
- □ Les attitudes qui incitent le client à être en confiance et à en dire plus

Atelier : dresser un inventaire des questions qu'il est indispensable de poser à un prospect / client ; puis définir le logigramme de questionnement qui en résulte

Convaincre

Objectif : savoir présenter et argumenter sur un savoir-faire ou une solution globale plus qu'un produit

- Les différents types de présentations de l'offre, en fonction de l'avancement du projet
- L'argumentation : la méthode CAB (caractéristique, avantage, argument)
- L'implication : une étape cruciale pour faire en sorte que le client se prononce par rapport à l'offre
- La gestion et le traitement des objections

Atelier : exercices de structuration de la présentation d'une offre et de construction d'un argumentaire pour 2 ou 3 offres usuelles.
En partant d'objections réelles (communiquées par les stagiaires), déterminer leur origine, qualifier les différents types d'objections, choisir la stratégie de traitement adapté.

Conclure

Objectif : faire " avancer " un projet à chaque rendez-vous ou lors d'une réunion téléphonique, en faisant prendre des positions ou engagements à chaque interlocuteur intervenant dans la décision

- Pourquoi avoir une "conclusion" à chaque étape d'un processus de vente ?
- Quand conclure ?
- L'identification des signaux d'achat
- Les moments propices pour déclencher la prise de décision
- Maîtriser les techniques de conclusion
- Les comportements influençant la décision du client
- Le verrouillage des accords
- La gestion du refus : savoir rebondir

Atelier possible : identification des moments clés de recherche d'engagement auprès des interlocuteurs usuellement rencontrés dans votre secteur d'activité ; training sur la base d'un scenario acheteur-vendeur remis à chacun confidentiellement permettant une mise en situation directement sur la phase de négociation et conclusion

Conforter

Objectif : faire se "projeter" l'interlocuteur vers la collaboration à venir

- Savoir « faire baisser la pression » en fin d'entretien tout en maintenant l'interlocuteur en état d'alerte
- Le suivi du client après le rendez-vous :
- Pour améliorer sa position commerciale et favoriser le prochain rendez-vous
- Pour maintenir la relation créée et conforter les ventes futures

LES PHASES DE L'ENTRETIEN DE VENTE PAR TÉLÉPHONE OU EN VISIO

- La présentation
- L'identification de l'interlocuteur
- Le questionnement et le recueil des informations clients
- La formulation de l'offre et l'argumentation (méthode CAB : Caractéristique, Avantage, Bénéfice)
- Le traitement des objections
- La conclusion :
  - capter les signaux : changement d'attitude, intérêt sur un détail, demande d'un effort
  - comment engager progressivement son interlocuteur
  - consolider l'entretien en préparant le prochain
- La confortation et la prise de congé positive

NEGOCIATION ET CONCLUSION D'UN ACCORD

Anticipez pour mieux négocier !

- Distinguer vente et négociation
- Identifier l'impact d'un effort sur les conditions sur la rentabilité de son offre

- □ Anticiper les objectifs du négociateur
- □ Mesurer les enjeux de la négociation : pour soi, pour le négociateur
- □ Prévoir sa solution de repli

Osez afficher la valeur de votre offre !

- □ Jusqu'où aller - Fixer vos objectifs en négociation : affirmer une exigence initiale
- □ La matrice des objectifs : s'approprier un outil simple et concret pour affiner sa tactique de négociation

Résistez à l'objection prix !

- □ Oser mettre la barre haute
- □ Valoriser son prix sans le justifier
- □ Résister aux demandes et traiter les objections comme les demandes de concession
- □ Repérer et bloquer les tentatives de déstabilisation du négociateur

Limitez vos concessions et obtenez des contreparties

- □ Savoir dire non à certaines concessions
- □ Identifier des contreparties à forte valeur ajoutée pour son entreprise
- □ Savoir quelle contrepartie demander
- □ Orienter les demandes de votre client vers des concessions :
  - moins coûteuses
  - non récurrentes
  - décroissantes
- □ Montrer qu'il n'y a plus rien à négocier

Engagez-vous vers la conclusion !

- □ Verrouiller la négociation avec une méthode en deux étapes
- □ Faire respecter les engagements mutuels
- □ Dire quand ça ne va pas

Clôture et plan d'action individuel

- Synthèse des apprentissages
- Chaque participant élabore un plan d'action pour appliquer les outils et méthodes dans son environnement de travail

Méthodes pédagogiques

En début de chaque session : travail de prise de conscience préalable aux apports méthodologiques.

Pédagogie dynamique, active et interactive cherchant à développer les compétences avec bienveillance.

Pour optimiser l'implication de chacun des participant, le temps de formation se répartie en :

- 35 % du temps de formation consacré aux apports méthodologiques
- 65 % aux entraînements pratiques :
  - Exercices individuels ou collectifs
  - Mises en situation réalistes à partir de situations vécues par les participants
  - Analyse de cas clients
  - Tour de table
  - Quiz

Des recommandations personnalisées sont adressées aux stagiaires lors des exercices et mises en situation.

Les apports sont synthétisés dans un document remis à l'issue de la formation.

Méthodes d'évaluation

Pendant la formation, à chaque fin de module ou d'une étape clé, une évaluation des acquis et de la capacité à mettre en œuvre une méthode, une technique ou un outil est réalisé par :

- ✓ Mise en situation, avec analyse par les autres stagiaires
- ✓ Tour de table
- ✓ Exercice sur cas pratique
- ✓ Quiz

Modalités et Délais d'accès

Nous contacter par email à formation@rfb.fr
Ou sur notre site internet rhfb.fr via l'outil de messagerie

Nous nous engageons à revenir vers vous sous 48 heures.

Une action de formation pouvant débuter à partir de la 4ème ou 5ème semaine, selon la complexité de la préparation et les disponibilités de nos formateurs.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous adaptons notre pédagogie et nos outils en fonction du/des handicaps
- Le lieu de la formation alors adapté aux PMR ou autre besoin

Vous pouvez prendre contact avec notre référent sur : handicap@rhfb.fr
Nous sommes en relation avec l'AGEFIPH et vous pouvez consulter :
https://www.agefiph.fr/personne-en-situation-de-handicap/me-former-avec-un-handicap

Tarif

- 1.800 € HT / jour, soit 3.600 € HT pour ce programme, et pour un maximum de 8 participants
- Incluant les phases de préparation et de restitution et tous outils pédagogiques et les documents administratifs
- Dégressif selon le nombre de jour et de participants
- Nous contacter pour vérifier les possibilités de prise en charge par votre OPCO