

Formation courte

Réussir ses entretiens de négociation commerciale



OBJECTIF GÉNÉRAL

S'approprier les outils permettant de réussir ses rendez-vous commerciaux.

COMPÉTENCES VISÉES

À l'issue de la formation, vous serez en capacité de :

- Comprendre les enjeux du rendez-vous client
- Identifier les différentes phases de l'entretien de vente
- Réussir sa présentation
- Instaurer un climat de confiance
- Maîtriser l'art du questionnement
- Reformuler pour faire valider
- Construire la proposition commerciale
- Valoriser et argumenter votre offre
- Identifier les différents profils comportementaux
- Construire des arguments convaincants
- Verrouiller les négociations
- Traiter les freins à l'achat (exemple : « c'est trop cher »)
- Prendre congé
- Préparer les contreparties
- Construire une solution en cas de refus

INFOS



PUBLICS

• Tout professionnel travaillant de façon autonome : consultant, formateur, freelance, etc.



PRÉ REQUIS

Avoir un projet entrepreneurial défini



INTERVENANT·E·S

Thierry MONSERRAT : Consultant en performance commerciale et intervenant sur le Diplôme d'Université «Consultant en organisation et management» de l'IAE - La Rochelle Université



DURÉE

• 2 jours soit 14 heures



DATES

• Nous consulter



TARIFS

• Tarif : 650 euros net de taxes *

* Anciens stagiaires du DU Consultant :
nous consulter



LIEU DE FORMATION

La Rochelle Université



MODALITÉS D'INSCRIPTION

1 - [Télécharger le bulletin d'inscription](#)

2 - [Nous contacter](#)

CONTENU



Jour 1 : Réussir le rendez-vous client

Savoir préparer son entretien de vente avec stratégie

- Définir des objectifs qualitatifs et quantitatifs
- Collecter les informations sur l'entreprise et son interlocuteur

La communication lors de l'entretien

- Contrôler mes attitudes (le non verbal)
- Parler positivement (le verbal)
- Renforcer son assertivité
- L'effet miroir ou l'art de se synchroniser

Enclencher le dialogue

- Donner envie par une prise de contact positive et motivante
- Susciter l'intérêt par une accroche positive
- Créer l'interaction avec le client

Découvrir les besoins du client pour adapter son offre

- Explorer la situation et les besoins du client
- Déterminer les motivations réelles
- Identifier les freins à l'achat
- Questionner le client : techniques et bonnes pratiques

Savoir faire la différence

- Se différencier de la concurrence présente
- Se positionner en apporteur de solutions
- La valeur ajoutée réelle pour le client
- Savoir créer les options

Jour 2 : Construire sa proposition commerciale

L'argumentation commerciale

- Construire ses arguments avec la méthode CAP ou CAB
- Maîtriser la typologie SACOLE
- Mettre en avant des bénéfices clients

Le traitement des objections

- Utiliser les différents types d'objections
- Prendre en compte l'objection client positivement
- Reformuler et reconstruire un argument adapté

Résister à l'objection prix «C'est trop cher !»

- Oser être ambitieux
- Valoriser son prix sans le justifier
- Résister aux demandes de négociations

Obtenir des contreparties

- Identifier des contreparties à forte valeur ajoutée
- Donner envie au négociateur d'échanger
- Obtenir l'engagement sur la contrepartie

En cas de refus

- Construire la note d'orientation ou d'intervention
- Prévoir une relance



MODALITÉS et MOYENS PÉDAGOGIQUES

La formation repose sur une alternance entre des apports méthodologiques, des mises en situations et des exercices pratiques.



MODALITÉS DE VALIDATION

Une attestation de fin de formation est remise aux stagiaires à l'issue de la formation.



CONTACT

MAJ 10/12/2020

La Rochelle Université
Pôle Formation continue

formationcontinue@univ-lr.fr
05 16 49 65 18

N° Siret : 19170032700189
Code APE : 8412Z
N° de déclaration d'activité : 5417P001817

univ-larochelle.fr/formation/formation-continue/

Nous rencontrer :

2, Passage Jacqueline de Romilly
La Rochelle - Face à la Maison de l'Étudiant - Parvis de la BU

Nous écrire :

Université de La Rochelle - Pôle Formation continue
23, Avenue Albert Einstein - BP 33060 - 17031 LA ROCHELLE

