



Optimiser ses négociations clients

Les objectifs :

- ✓ Structurer l'entretien de vente en respectant les différentes étapes de la négociation commerciale.
- ✓ Maîtriser les outils et techniques d'argumentation, de traitement des objections et de conclusion.
- ✓ Maîtriser les techniques favorisant l'augmentation du ratio de conclusion des ventes.

Public concerné :

- ✓ Les vendeurs et commerciaux.
- ✓ Les responsables et managers de point de vente et de centre de profits.
- ✓ Les entrepreneurs et les chefs d'entreprises.

Prérequis : avoir la charge d'un portefeuille client.

Démarche pédagogique : La méthode est active et participative. Elle alternera apports d'informations et de connaissances théoriques, de mises en situation et de jeux de rôle.

Moyens pédagogiques : Exercices, mise en situation et jeux de rôles. Les participants reçoivent une documentation spécifique pendant le stage. Elle reprend les éléments théoriques et méthodologiques de la formation.

Moyens techniques : le formateur dispose d'un ordinateur portable, d'un vidéoprojecteur et d'un smartphone avec Internet. Le client met à disposition des salariés et du formateur un espace adéquate et conforme à la réglementation en vigueur dédié à la formation avec tables et chaises. Bien qu'un support de formation soit remis à l'issue de la formation, les salariés en formation peuvent prendre des notes sur papier ou à l'aide d'un ordinateur. Il est demandé aux participants d'avoir un smartphone ou un ordinateur connecté à internet afin de pouvoir réaliser les évaluations et les enquêtes de satisfaction dématérialisées. Si la l'espace dédié à la formation ne dispose pas d'une connexion Internet Wifi, le formateur peut proposer un accès à internet via le partage de connexion depuis son smartphone. Cependant, si durant la formation, un ou plusieurs participants n'ont pas les moyens de se connecter à Internet, le formateur mettra à disposition son ordinateur ou des supports au format papier. Dans ce cas, afin que nous puissions l'anticiper, merci de nous contacter au 04 13 20 50 90 ou par e-mail à info@efficiencformation.com et de nous communiquer le nombre de participants concernés au moins 5 jours ouvrables avant le début de la formation.

Rédacteur :		Approbateur :	
Daniel WALIGORSKI		Daniel WALIGORSKI	
REVISIONS			
Date	Nature de la modification	Version	
7/02/2022	Mise à jour des objectifs, du programme et ajout date et nature des révisions	2	



Moyens permettant le suivi et la sanction de la formation

- **Suivi de l'exécution de la formation** : signature des feuilles d'émergence par demi-journée par les stagiaires et le formateur et certificat de réalisation signée par le stagiaire en fin de formation.
- **Sanction de la formation** : questionnaire de satisfaction et attestation de fin de formation individuelle.
- **Appréciation des résultats** : mises en situation sous forme de simulation, quizz à l'oral, un contrôle des connaissances permettra d'estimer le niveau d'acquisition de chacun en fin de formation.
Un support d'évaluation « à chaud » de la formation et du formateur (contenu et animation) sera remis au public concerné.

Modalités d'organisation : formation intra-entreprise en présentiel réalisée sur le temps de travail.

Intervenant et moyens d'encadrement : formation animée par Daniel WALIGORSKI, formateur en BTS Négociation Relation Client et intervenant au Département Technique de Commercialisation de l'Institut Universitaire de Technologie d'Aix-en-Provence, ancien commercial et responsable de la force de vente. Formateur depuis 2010 en technique de vente, management, marketing et stratégie commerciale). Directeur de l'organisme de formation Efficienne Sasu.

Durée : 24 heures.

Date(s) : à définir.

Rythme : en continu ou en discontinu.

Horaires en présentiel : à définir (par

défaut : le matin 9h00 à 13h00 et l'après-midi de 14h00 à 18h00.)

Lieu de formation : sur site client.

Tarif facturé : 7500 € HT

Protocole Covid : vous trouverez joint au programme notre protocole **Efficienne Stop Covid**. Merci d'en prendre connaissance avant le début de formation.

Rédacteur : Daniel WALIGORSKI		Approbateur : Daniel WALIGORSKI	
REVISIONS			
Date	Nature de la modification		Version
7/02/2022	Mise à jour des objectifs, du programme et ajout date et nature des révisions		2



Rédacteur : <i>Daniel WALIGORSKI</i>		Approbateur : <i>Daniel WALIGORSKI</i>	
<i>REVISIONS</i>			
Date	Nature de la modification		Version
7/02/2022	Mise à jour des objectifs, du programme et ajout date et nature des révisions		2



CONTENU PEDAGOGIQUE :

Optimiser ses négociations clients.

I Structurer l'entretien de vente en respectant les différentes étapes de la négociation commerciale.

1. Préparer ses ventes :

- Se préparer pour gagner en temps, en confiance et en succès.
- Préparer les supports et outils de communication clefs.
- Connaître les différentes cibles et différents profils d'interlocuteur : suspect, prospect, client, BtoB / BtoC.

2. L'accueil du client ou l'arrivée chez le client :

- Les règles de la prise de contact.
- Personnaliser sa prise de contact au profil client en fonction de la technique de prospection utilisée.
- Adapter sa prise de contact et en fonction du contexte de la rencontre : accueil en point de vente / arrivée chez un particulier ou un professionnel.

II Maitriser les outils et techniques d'argumentation, de traitement des objections et de conclusion.

1. Découvrir et déduire les besoins :

- Identifier la chaîne de décision : consommateur, acheteur et prescripteur.
- Les besoins récurrents propres à chaque typologie de clients.
- Anticiper les attentes et freins co-décisionnaire absent.
- Les fondamentaux de la découverte des besoins : entonnoir, « QQQCCP » et reformulation.

Rédacteur : Daniel WALIGORSKI		Approbateur : Daniel WALIGORSKI	
<i>REVISIONS</i>			
Date	Nature de la modification	Version	
7/02/2022	Mise à jour des objectifs, du programme et ajout date et nature des révisions	2	



2. Argumenter et traiter les objections :

- Personnaliser son discours commercial au profil/typologie de client.
- Construire ses arguments : méthode CAP / SONCAS(E).
- Cibler, adapter et ordonner ses arguments en fonction du profil client.
- Construire les différents argumentaires : général, spécifique, distinctif et comparatif.
- Argumentation produit et argumentation financière.

3. Traiter les objections :

- Identifier et distinguer les objections.
- Les objections récurrentes propres à chaque cible.
- Traiter une objection efficacement : la méthode ART.
- Les différentes techniques de traitement des objections.
- Traiter l'objection « prix » ou présenter un prix en anticipant son objection.
- Les réponses aux objections courantes et aux objections prétextes.

III Maîtriser les techniques favorisant l'augmentation du ratio de conclusion des ventes.

1. Conclure :

- Les règles d'une conclusion efficace : quand, comment et pourquoi ?
- Les différentes techniques de conclusion.

2. Consolider ses ventes :

- Responsabiliser et engager son client.
- Organiser le suivi clientèle.
- La prise en considération d'un décisionnaire absent.

Rédacteur : Daniel WALIGORSKI		Approbateur : Daniel WALIGORSKI	
<i>REVISIONS</i>			
Date	Nature de la modification	Version	
7/02/2022	Mise à jour des objectifs, du programme et ajout date et nature des révisions	2	