

13 - 24

DÉFENDRE SA MARGE**PUBLIC**

Commercial

PRÉREQUIS

Posséder les bases de la vente en visite client

DURÉE

2 jours / 14 heures

NIVEAU spécialisation 2Approfondissement
Acquisition d'une maîtrise**OBJECTIFS****SAVOIR-FAIRE commercial**

- » Se préparer à négocier pour faire face en souplesse à la pression du client sur les prix
- » Maîtriser les mécanismes de la négociation commerciale pour défendre son prix et sa marge
- » Créer les conditions d'une négociation gagnant-gagnant

SAVOIR commercial

- Connaître les étapes de la préparation et de l'organisation d'une négociation commerciale
- Posséder les techniques et les comportements associés à la défense de son prix et de sa marge
- Identifier la bonne démarche qui mènent à un accord gagnant/gagnant

PROGRAMME

Donne les savoir-faire qui activent les bons leviers de performance pour la défense du prix

SE PRÉPARER À NÉGOCIER

- L'impact économique d'une remise : rappel : qu'est-ce que la marge et comment la calculer
les répercussions économiques d'une remise, pour l'entreprise
- Les clés pour convaincre : l'assurance en soi : ses avantages, ses limites, ses techniques
comment l'acquérir, physiquement et mentalement
- La préparation de la négociation : les informations à collecter : sur son client, son marché, ses concurrents
les atouts de son offre à identifier : qualité, fiabilité, services ...
les outils à préparer : catalogues, tarif, échantillons, carnet commande ...
les objectifs à fixer : ambitieux et réalisables
les scénarios à anticiper et les stratégies à adopter

**DÉFENDRE SON PRIX ET SA MARGE**

- Les stratégies d'achat des clients : les pièges les plus fréquents : dévalorisation, menaces, pression ...
les stratégies des acheteurs : les connaître et les déjouer
- Les bonnes attitudes : un comportement de négociateur, adapté au profil du client
une bonne diction et articulation, une autorité et assurance en soi
- Le bon langage : les mots et les formulations positives
- La vente du prix : la transformation du prix en avantages et bénéfices
un positionnement service « apporteur de solutions »
une écoute et un questionnement adaptés pour un traitement efficace des objections

**CONCLURE UN ACCORD GAGNANT/GAGNANT**

- La bonne démarche : la recherche d'un accord à partir des points de résistance
la proposition de concessions en échange de contreparties
le respect des règles de l'entreprise et de sa politique commerciale
savoir dire non et reprendre les arguments clés de son offre
obtenir un engagement et s'engager soi-même

Outils
Méthodes

Pédagogie active et participative : exposés, synthèses, jeux de rôle, mises en situation, analyses Livret formation - Évaluation des acquis : quizz, exercices - Évaluation de la formation « à chaud »