

DEFENDRE SES MARGES

Objectifs de la formation

OBJECTIF OPERATIONNEL

Connaître sa marge de manœuvre afin de négocier selon la politique commerciale de l'entreprise, tout en restant dans une relation gagnant-gagnant avec le client.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, les stagiaires seront capables de :

- Savoir identifier rapidement les éléments clés concernant le client.
- Mesurer leur rentabilité pour adapter la négociation.
- Résister à la pression du client et gérer les situations difficiles.
- Conclure efficacement la vente.

LE PROGRAMME DE FORMATION

► Prendre conscience des enjeux et de l'importance du prix dans la relation commerciale

- Le principe de construction d'un prix de vente : La dimension comptable et financière d'une tractation commerciale et son incidence sur les résultats de l'entreprise.
- L'impact d'une décision tarifaire sur le résultat d'une entreprise et les conséquences financières lors de l'octroi d'une remise.
- Pourquoi la négociation sur les prix se banalise et devient une logique dans une relation commerciale avec un client.
- Intégrer que l'offre la plus basse n'est pas forcément pour le client la meilleure.

► Anticiper et se préparer en amont

- Maîtriser sa connaissance de la concurrence : positionner son offre face à la concurrence.
- Définir ses objectifs commerciaux et ses objectifs financiers : Chiffre d'affaires, marge et résultat, prix d'achat, rentabilité, prix de vente.
- Rassembler les éléments connus du compte client.
- Définir en amont ses marges de négociation, son seuil de rupture, ses positions éventuelles de replis, les contreparties à obtenir.
- Préparer ses arguments : Vendre des avantages et des "Bénéfices" et non un "Prix".

► Faire de l'acheteur un partenaire

- Comprendre ses attentes et ses enjeux.
- Etablir immédiatement un équilibre psychologique avec l'acheteur.
- Connaître et déjouer les pièges des techniques de déstabilisation : Menace, ultimatum, mention de la concurrence dévalorisation...
- Adapter le bon comportement.

Dates de sessions

Semestre 2 (2023)

Session 1 > LYON : 27 et 28 septembre 2022

Session 2 > AIX-EN-PROVENCE : 12 et 13 octobre 2022

Session 3 > PARIS : 16 et 17 novembre 2022

Durée :

- 14H en deux modules de 7H

Publics visés :

- Commerciaux itinérants
- Commerciaux sédentaires

Prérequis nécessaires :

- Aucun prérequis n'est nécessaire

Tarif :

- 600 € HT par journée et par personnes
- 1200 € pour l'ensemble du stage
- Repas de midi offert

INFORMATIONS POUR VOS INSCRIPTIONS



Cédric ANGELI
Directeur

c.angeli@2nd-academy.fr

06 25 70 65 36

► **Anticiper et se préparer en amont**

- Maîtriser sa connaissance de la concurrence : positionner son offre face à la concurrence.
- Définir ses objectifs commerciaux et ses objectifs financiers : Chiffre d'affaires, marge et résultat, prix d'achat, rentabilité, prix de vente.
- Rassembler les éléments connus du compte client.
- Définir en amont ses marges de négociation, son seuil de rupture, ses positions éventuelles de replis, les contreparties à obtenir.
- Préparer ses arguments : Vendre des avantages et des "Bénéfices" et non un "Prix".

► **Faire de l'acheteur un partenaire**

- Comprendre ses attentes et ses enjeux.
- Etablir immédiatement un équilibre psychologique avec l'acheteur.
- Connaître et déjouer les pièges des techniques de déstabilisation : menace, ultimatum, mention de la concurrence dévalorisation...
- Adapter le bon comportement.

► **Mener une négociation gagnante**

- Savoir présenter son prix : ne pas en avoir peur et le valoriser sans le justifier.
- Sortir d'une logique de prix et miser sur les motivations d'achat.
- Comprendre et traiter les objections prix et savoir vendre de la différenciation.
- Valider avec votre client l'existence d'un objectif commun.
- Clarifier les points de résistance par une écoute active.
- Savoir dire non à certaines concessions.
- Faire des concessions sous condition de contreparties.
- Rechercher les plages d'accord.

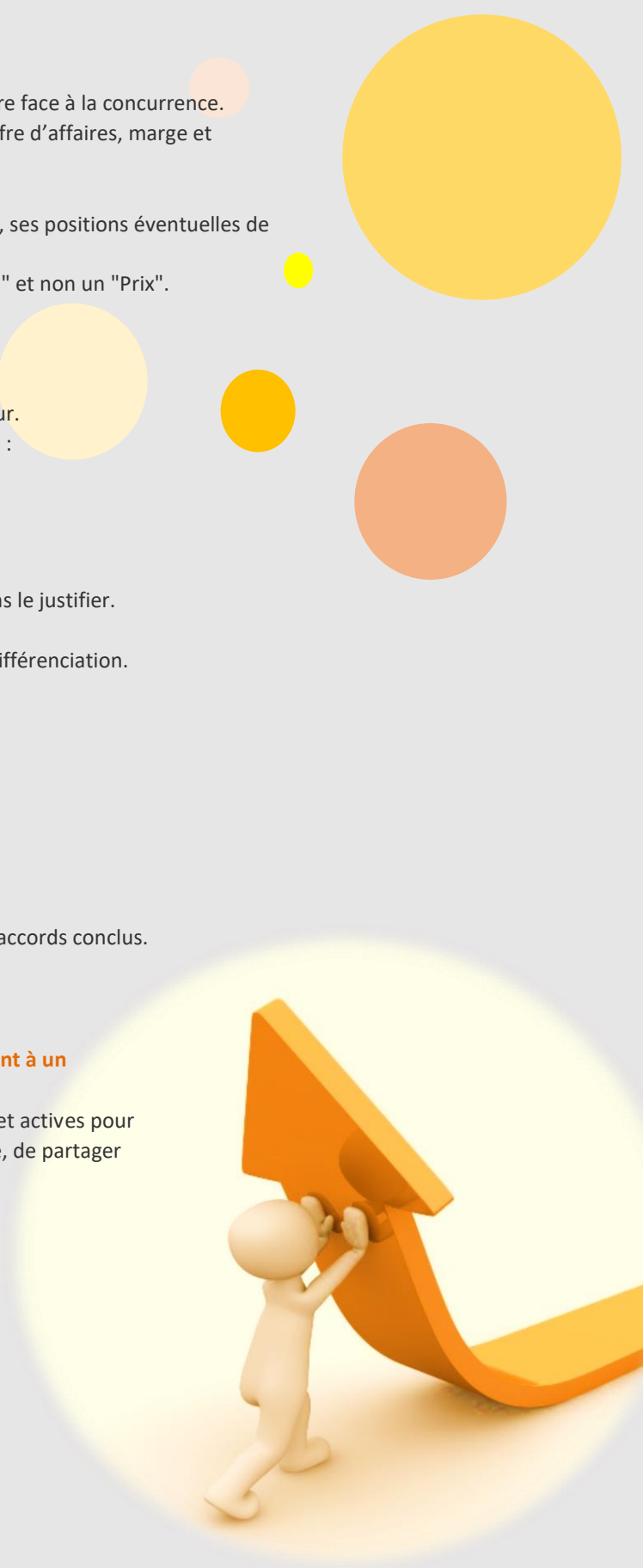
► **Terminer une négociation en étant acteur de la conclusion**

- Repérer les signaux d'achat et obtenir un engagement partagé.
- Entériner les accords, verrouiller la négociation en valorisant les accords conclus.
- Conclure en fixant avec assertivité la suite des événements.
- Tenir ses promesses.

► **Toutes nos formations sont découpées en séquences qui répondent à un objectif précis.**

Les séquences regroupent un ensemble de méthodes affirmatives et actives pour permettre aux stagiaires d'ancrer la théorie par la mise en pratique, de partager leurs expériences et progresser ensemble :

- Exercices en groupe
- Réflexion individuelle
- Partage d'idées et d'expériences
- Mises en situations filmées
- Training individuel intensif...



NOS METHODES ET SUPPORTS DE FORMATION

Toutes nos formations sont découpées en séquences qui répondent à un objectif précis.

Les séquences regroupent un ensemble de méthodes affirmatives et actives pour permettre aux stagiaires d'ancrer la théorie par la mise en pratique, de partager leurs expériences et progresser ensemble :

- Exercices en groupe
- Réflexion individuelle
- Partage d'idées et d'expériences
- Mises en situations filmées
- Training individuel intensif...

Des ressources pédagogiques papiers ou numériques sont remis à chaque fin de formation.

Une attestation de fin de formation avec atteinte des objectifs est remise à chaque stagiaire.

Un certificat de réalisation et/ou de présence est fourni et adressé au commanditaire employeur.

Modalités d'évaluation (pré-formation)

Positionnement et recueil des attentes :

Pour toutes nos formations :

Si la formation exige des prérequis, un test de positionnement est transmis en amont de la formation aux apprenants afin de s'assurer qu'ils disposent des connaissances, savoir-faire et savoir-être nécessaire pour suivre correctement cette formation.

Au démarrage de chaque formation, pour s'assurer que les objectifs de l'apprenant soient en adéquation avec les objectifs de la formation, nos formateurs réalisent un tour de table permettant d'évaluer le niveau initial de chaque apprenant, leurs attentes, ainsi que leurs représentations, leurs certitudes et leurs idées reçues, sur la thématique de l'action de formation.



Modalités d'évaluation (post-formation)

Evaluation des objectifs de formation

L'atteinte des objectifs de formation est mesurée par un Quizz en fin de formation.

Evaluation de la satisfaction

Evaluation de la satisfaction du stagiaire : Une évaluation est réalisée à la fin de nos formations pour mesurer :

- Contenu : Respect du programme et des objectifs, intérêt des contenus
- Animation : Expertise de l'animateur, réponses aux questions, interactions avec le groupe
- Pédagogie : Equilibre entre théorie et pratique
- Logistique : Etat des salles, qualité de l'accueil et des déjeuners

Evaluation de la satisfaction du donneur d'ordre : Une évaluation est adressée à la fin de nos formations pour mesurer :

- Préparation : Qualité du travail en amont pour identifier, prendre en charge le besoin et apporter la solution appropriée
- Contenu : Respect du programme et des objectifs, retour d'expériences des collaborateurs après la formation
- Logistique : Qualité du suivi administratif du dossier formation et de l'organisation logistique

Evaluation de la satisfaction par vos financeurs : Si l'action de formation nécessite le financement par un tiers autre que l'entreprise cliente, une évaluation permettant d'apprécier le déroulement notre collaboration de manière globale lui sera adressée en fin de formation



Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Si l'un des stagiaires inscrit par le bénéficiaire est en situation de handicap, le bénéficiaire s'engage à avertir en amont l'organisme de formation afin d'étudier la faisabilité de l'inscription et le cas échéant les aménagements spécifiques nécessaires à la préparation et au suivi de sa formation.

Référent Handicap : Ghislaine BLASQUEZ – g.blasquez@2nd-academy.fr

Mis à jour le 13/07/2023