

Défendre ses marges

Développer le Chiffre d'Affaires : c'est bien, développer sa marge : c'est mieux !

Dans un contexte concurrentiel de plus en plus tendu, vouloir satisfaire et vendre absolument au client pousse parfois les équipes de vente à en oublier leurs propres intérêts.

Pour que vos négociations commerciales soient bénéfiques pour les deux parties, vous allez apprendre à acquérir les outils pratiques pour défendre vos prix et vos marges, les techniques pour argumenter vos propositions et résister à la pression du client.



Publics visés

- Commerciaux Itinérants
- Commerciaux sédentaires
- Vendeurs Comptoir et vendeurs libre-service.

Objectifs opérationnels de la formation

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 pédagogiques :

A l'issue de la formation les apprenants seront capables de :

- Analyser l'impact économique des remises pour votre entreprise
- 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

Prérequis nécessaires :

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation

Contenu du programme

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.

Durée de la formation

- 2 journées de formation
- 14 heures

Tarifs de la formation

Tarif Inter-entreprises

- 400 € HT par journée et par personnes*
- 800 € HT pour l'ensemble du stage

Tarif intra

- Nous consulter

"On se souvient de la qualité bien plus longtemps que du prix"

GUCCI

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.

Modalité d'évaluation pré-formation

En amont de la formation, un questionnaire de pré-formation est transmis aux apprenants afin vérifier son adhésion au projet de formation, faire émerger ses attentes et ses besoins en termes de contenu de formation, repérer les blocages ou les freins éventuels, qu'ils soient d'ordre pratique, cognitif ou motivationnel.

Ce questionnaire permettra aussi de s'assurer que l'apprenant dispose 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.

Modalité d'évaluation post-formation

Evaluation des objectifs de formation

L'atteinte des objectifs de formation est mesurée par le formateur en fin de formation sous forme de quizz.

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, une évaluation permettant d'apprécier le déroulement de notre collaboration de manière globale lui sera adressé en fin de formation une fois par an.

Méthodes 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 : Réflexion individuelle -Partage d'idées et d'expériences - Mises en situations filmées

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.

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 2nd ACADEMY 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
07 56 27 86 82

Dates des sessions

Lyon

Session 1 : 23 et 24 avril 2024

Session 2 : 17 et 18 septembre 2024

Paris

Session 1 : 24 et 25 avril 2024

Session 2 : 8 et 9 octobre 2024

Renseignements

Cédric ANGELI - 06 25 65 70 36
c.angeli@2nd-academy.fr

Inscription

Nathalie GOURDOL – 06 45 31 78 56
n.gourdol@2nd-academy.fr

