Déjeuner technique - le 19 mai 2010

Concrétiser sa négociation commerciale

Une rencontre organisée par

la démocratie nous réussit

SOCIÉTÉS COOPÉRATIVES ET PARTICIPATIVES

ILE-DE-FRANCE CENTRE ORLÉANAIS HAUTE-NORMANDIE DOM-TOM

Concrétiser sa négociation commerciale

Déjeuner technique 19 mai 2010

Présenté par Anne-Marie Gillet, Consultant-Formateur en Développement Commercial

la démocratie nous réussit

lescop
SOCIÉTÉS COOPÉRATIVES ET PARTICIPATIVES
ILE-DE-FRANCE CENTRE ORLÉANAIS HAUTE-NORMANDIE DOM-TOM

Faire connaissance

- SCOP, activité
- Vous, votre fonction, depuis quand ? Avez-vous été formé à la négociation, et à la démarche de vente en général ?
- Négociez-vous vous-même à l'heure actuelle ?
- Que trouvez-vous facile et difficile dans une négociation ?
- Qu'attendez-vous de cette rencontre ?

Programme

Introduction

1. Présenter efficacement ses arguments
- Construire son argumentation
- Argumenter en termes de bénéfices client
- Appliquer la règle des 4C

2. Gérer les objections
- Identifier les types d'objections
- Maîtriser les étapes pour les traiter
- Utiliser la technique S+ S- contre V- V+

3. Etablir l'accord et conclure
- Résumer les points de votre proposition
- Confirmer les bases de la négociation
- Se mettre d'accord sur la suite à donner

Vos questions sont les bienvenues pendant la présentation !

1. Présenter efficacement ses arguments

Construire son argumentation, c'est :

- **Connaître parfaitement son offre**
- **Connaître les attentes du client :**
  - être « compris » dans sa démarche d'achat
  - faire confiance à la société, à son représentant
  - avoir une relation « unique » et « valorisante »
  - bénéficier d'une offre « sur mesure »
  - obtenir le meilleur rapport qualité/prix
  - bénéficier d'un « plus »

Pour le convaincre en utilisant une démarche structurée

1. Présenter efficacement ses arguments

Argumenter en termes de bénéfices client

Structurer son argument en utilisant le CAB

Caractéristique particularité du produit (faits, chiffres).
Entièrement tournée vers le produit

Avantage ce que la caractéristique apporte au client par rapport à un autre produit et en fonction des besoins du client.
Toujours tournés vers le client

Bénéfice comment la caractéristique ou l'avantage du produit répond au besoin particulier du client.
« Plus » de l'offre toujours tournés vers le client

1. Présenter efficacement ses arguments

➢ Appliquer la règle des 4C

- **Crédibilité**
  - ✓ Connaissance du client, de ses dossiers
  - ✓ Compétences techniques professionnelles
- **Congruence**
  - ✓ Adéquation entre ↗ le discours
    ➔ l'action
    ↘ le comportement
  - ✓ Utilisation de l'intuition
- **Cohérence**
  - ✓ Démarche logique
  - ✓ Maîtrise du raisonnement
  - ✓ Discours clair
- **Connivence**
  - ✓ Climat d'échange, sourire, maîtrise de soi
  - ✓ Empathie
  - ✓ Fermeté

2. Gérer les objections

Identifier les différents types d'objections

Pourquoi le client objecte-t-il ?

- Pour se justifier
- Pour se montrer coriace
- Par besoin d'être rassuré
- Façon détournée de poser une question
- Pour tenter de reculer une décision
- Pas envie de décider et/ou incapacité à dire NON
- Pour obtenir un avantage supplémentaire ou baisser le prix
- Pour déstabiliser le vendeur
- Par jeu,…

2. Gérer les objections

Traiter les différentes types d'objection

- **Les objections non sincères et non fondées**
  Ne pas contrer, ignorer et enchaîner avec naturel !
- **Les objections sincères et non fondées**
  Questionner le client, lui apporter des informations complémentaires pour le rassurer
- **Les objections sincères et fondées**
  Apporter des arguments complémentaires, en sachant que nous ne pouvons pas répondre à toutes les attentes d'un client

2. Gérer les objections

Accepter l'objection **c'est comprendre que**

- L'objection fait partie intégrante de la vente. C'est une information
- Elle peut surgir à tout moment
- Elle a de multiples causes objectives et subjectives

Maîtriser l'objection **c'est :**

- Garder un état d'esprit positif
- La considérer comme une 2ème opportunité de préciser ses arguments
- Avoir la chance d'éliminer les freins retardant ou empêchant la prise de décision

2. Gérer les objections

Maîtriser les étapes pour les traiter

- Ecouter l'objection jusqu'au bout, éviter de s'opposer par un « oui mais »
- Accepter et valoriser l'objection (« c'est intéressant ce que vous me dites… »)
- Verbaliser votre compréhension (« je comprends votre point de vue… »)
- Faire préciser pour obtenir des informations complémentaires

- Présenter vos arguments en faisant la part du négociable et du non négociable
- Concrétiser un accord

2. Gérer les objections

Au-delà de la maîtrise des étapes,
repérer les signaux d'achat et de non achat, **par**

- l'écoute du verbal, en pratiquant l'écoute active :
  - les questions
  - les silences
  - la reformulation
  - la valorisation
- l'observation du non verbal :
  - les expressions faciales
  - la posture

2. Gérer les objections

Utiliser la technique S+ S- contre V- V+

1. **Isoler l'objection**
2. **Hiérarchiser ce qui est important pour le client**
3. **Utiliser la technique :**
   - S + Avantage de Sa solution
   - S - Inconvénient de Sa solution
   - V - Inconvénient de Votre solution
   - V + Avantage de Votre solution
4. **Valider la satisfaction**

3. Etablir l'accord et conclure

Le chemin de la conclusion

Attention
Intérêt
Désir
Achat

pour concrétiser sa démarche de vente dans un esprit « gagnant-gagnant »

3. Etablir l'accord et conclure

- Résumer les différents points de votre proposition
- Confirmer les bases de la négociation
- Se mettre d'accord sur la suite à donner

et bien sûr …
remercier et laisser une dernière bonne impression durable !