

NEGOCIATION COMMERCIALE ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

DUREE DE FORMATION : 2 JOURS

OBJECTIFS GENERAUX DE LA FORMATION

A l'issue de la formation, le stagiaire doit :

- développer son efficacité commerciale,
- mieux se connaître et développer son efficacité à la gestion de la relation commerciale,
- optimiser ses propres ressources en vue de réunir les conditions de réussite nécessaires à la pratique de la négociation.

PUBLIC

Equipe de direction, équipe administrative, équipe travaux

PREREQUIS

- S'agissant d'une action de formation professionnelle pour adultes, la volonté d'implication de la part des participants est un facteur déterminant,
- Justifier d'une expérience professionnelle.

DUREE

- 2 jours en continu

MOYENS PEDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

- -La documentation complète et appropriée
- -Les études de cas et tests de l'APROBA, spécifiques B.T.P.
- -Les échanges et les travaux en sous-groupes
- -La vidéo-projection
- -Les mises en situations
- -Une salle équipée de paper-board, d'un écran, avec disposition des tables en U
- -L'expérience de l'APROBA et sa connaissance du milieu B.T.P. (la formation sera assurée par un formateur APROBA ayant un minimum de 15 ans de pratique dans le métier).

PROGRAMME

COMPRENDRE LES MECANISMES DE LA RELATION CLIENT

Développer son potentiel relationnel :

- les outils de la communication : base de l'entretien de négociation
- le schéma de communication
- formulation d'un message : s'exprimer, comprendre et être compris
- transmettre les messages dans un langage clair, adapté et convaincant.
- transmission, réception du message, la compréhension (le retour d'information)
- les techniques de synchronisation et d'assertivité.
- la pratique de l'écoute active, des modèles de questionnement, de négociation...

NEGOCIATION COMMERCIALE ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

DUREE DE FORMATION : 2 JOURS

MAITRISER LES OUTILS DE LA COMMUNICATION

Développer son potentiel de négociateur à la relation client :

- besoins, motivations, attitudes et comportements (acheteur/négociateur)
- théorie des besoins et motivations d'achat
- déterminer les besoins du client : le modèle SONCAS et autres
- les typologies acheteur/négociateur : analyse des différentes attitudes négociateurs/acheteurs
- auto diagnostic : quels sont vos comportements face à un client ?
- identifier l'efficacité de son style de négociateur et son lien avec son environnement professionnel et celui du client.

ACQUERIR UNE METHODE, UN SAVOIR-FAIRE DANS LA NEGOCIATION COMMERCIALE.

Les appuis de l'argumentation : les points à mettre en valeur par rapport aux attentes des clients et aux caractéristiques des concurrents

- les objections et la réponse aux objections (objections générales - objections produits)
- analyse de ce qui est négociable ou de ce qui ne l'est pas (prix, conditions de règlement...)
- traitement approfondi des objections et élaboration de scénario propre à chaque participant (dans les cas de clients mécontents.. de réclamations... de travaux supplémentaires...)
- renforcer et enrichir son acte de négociation : vérifier l'efficacité de ses propres actions, adapter ses arguments en fonction des motivations des interlocuteurs
- pratiquer la relation Gagnant/Gagnant

SUIVI ET EVALUATION

- -Une procédure d'auto-évaluation régulière des participants par des tests en début, en cours et en fin de formation
- -Une évaluation de la qualité de la formation par les participants, à chaque fin de formation (animation, documentation, moyens pédagogiques, ambiance, etc.)
- A l'issue de la formation est remise une attestation mentionnant : les objectifs de la formation, la nature et la durée de l'action et le résultat de l'évaluation des acquis.

DATES ET LIEUX

- 18 et 19 avril 2024 à REIMS

COUT

- 624 € h.t. (hors frais de déplacement, d'hébergement et de restauration).