

# 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 mécontent.. 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

- 26 et 27 juin 2025 à REIMS

## COUT

- 636 € h.t. (hors frais de déplacement, d'hébergement et de restauration).