



## Vendre plus et mieux



**PROGRAMME**

**Jour 1**  
Questionnaire avant stage & évaluation de positionnement

- 1 | Adopter les 5 réflexes comportementaux de la vente**  
Le questionnement et l'écoute  
La focalisation sur le positif  
L'anticipation des points négatif de notre offre  
L'intérêt pour le client, le client, le client  
L'importance du silence
- 2 | Conduire l'entretien de découverte**  
L'identification des informations-clés à obtenir pour vendre plus facilement son produit / service  
La maïeutique de Socrate ou l'art de "faire accoucher" le client  
L'enchaînement des questions pour faire dire ce que l'on veut entendre
- 3 | Pratiquer le closing en 3 temps pour verrouiller le client**  
La hiérarchisation des besoins du client  
La transformation de la situation client en opportunité de vente  
*Pré-vente de l'argumentation*

---

**Ancrage des acquis**  
Plan d'action individuel

**Jour 2**  
Réactivation des acquis du jour 1

- 4 | Vendre et défendre son prix**  
Les 10 techniques pour présenter avantageusement son prix et minimiser les objections  
Le fil rouge en 5 étapes pour traiter l'objection prix  
Le traitement des différents cas possibles : le joueur, la concurrence, le budget
- 5 | Renforcer l'impact de son argumentation**  
L'utilisation du modèle CAP: caractéristique-avantage-preuve  
L'adaptation de l'argument en fonction de la motivation du client  
La différenciation par la mise à jour de nos "AS" : arguments spécifiques  
Les 9 techniques pour augmenter l'impact de ses arguments
- 6 | Inciter le client à passer à l'action**  
L'identification des signaux d'achat parmi : la projection, la satisfaction, la discussion prix  
Le client est d'accord  
Le client reporte sa décision à plus tard  
Le client doute  
Le client vient, revient, re-revient... mais n'achète pas !

---

**Ancrage des acquis**  
Plan d'action individuel, évaluation des objectifs et remise des attestations

**Types d'activités pédagogiques**

<b>Réflexion</b> : exercices de prises de conscience	<b>Intégration</b> : exercices autour d'une méthode ou technique d'appropriation
<b>Expérimentation</b> : jeux de rôles, mises en situations	<b>Production</b> : exercices autour de son activité quotidienne

**Objectifs pédagogiques**  
COMMENT FAIRE POUR ...

- 1 | Adopter les 5 réflexes comportementaux de la vente**
- 2 | Conduire l'entretien de découverte**
- 3 | Pratiquer le closing en 3 temps pour verrouiller le client**
- 4 | Vendre et défendre son prix**
- 5 | Renforcer l'impact de son argumentation**
- 6 | Inciter le client à passer à l'action**

**PROFIL DE L'INTERVENANT**

**Consultant Senior** en Techniques de Ventes et relation client

**PUBLIC**

**Personnes concernées** : Commercial terrain ou sédentaire (en B to B)

**Prérequis** : Aucun

**Effectif** : min. 4 - max. 8 participants

**DATES & LIEUX (2 jours - 14h)**


**TARIFS**

**600 € TTC** / participant

**CONTACTS**

**responsable inter** : A.cauchois

**tél** : +33 (0) 662025229

**email** : [contact@synchronicite.co](mailto:contact@synchronicite.co)


## Défendre son offre avec force et tactique



### PROGRAMME

#### Jour 1

Questionnaire avant stage & évaluation de positionnement

- 1 | **Présenter et vendre son prix**  
*Les idées reçues sur le prix et les "complexes du prix"*  
*Les techniques de présentation du prix*  
*La recherche du potentiel financier du client*  
*L'objection prix et l'amorce de la négociation par un "c'est cher"*
- 2 | **Déterminer le rapport de force en présence**  
*La mise à jour des enjeux de la négociation pour chaque partie*  
*Les 6 critères pour estimer le rapport de force*  
*Les points à étudier pour ramollir le pouvoir du client*  
*L'étude de la BATNA de chaque partie*  
*La check-list forces / faiblesses : pour soi / pour la partie adverse*  
*Le choix d'une des 3 positions à partir du rapport de force : leader, partenaire, suiveur*  
*La composante subjective du rapport de force... qui peut inverser la balance*
- 3 | **Préparer sa négociation commerciale**  
*Les enjeux de chaque partie*  
*La matrice des champs de négociation*  
*Les objectifs, les seuils limites pour chaque point à négocier*  
*La matrice des concessions-contreparties*  
*La construction de scénarios de négociation*

#### Ancrage des acquis

Plan d'action individuel

#### Jour 2

Réactivation des acquis du jour 1

- 4 | **Résister à la pression du client**  
*L'amorti de l'objection et éviter de répondre du tac-au-tac*  
*Le réflexe de la contre-question pour faire préciser*  
*L'importance de dire "non" à un client pour fixer des limites*  
*Le "disque rayé" pour faire face à un client qui insiste lourdement*
- 5 | **Se positionner dans un round de négociation commerciale**  
*Le rôle à incarner pour prendre la négociation comme un "jeu"*  
*L'entrée en relation*  
*L'annonce des objectifs*  
*Le réflexe argument pour éviter de concéder trop vite*  
*La technique de recul à petits pas*  
*La conclusion et les différentes techniques pour faire face à tous les cas*
- 6 | **Ancrer les bonnes pratiques de la négociation commerciale**  
*Training synthèse de la formation autour d'un jeu de rôle incluant tous les paramètres de la formation*  
*Débriefing et conseil du consultant*

#### Ancrage des acquis

Plan d'action individuel, évaluation des objectifs et remise des attestations

#### Types d'activités pédagogiques

**Réflexion** : exercices de prises de conscience

**Expérimentation** : jeux de rôles, mises en situations

**Intégration** : exercices autour d'une méthode ou technique d'appropriation

**Production** : exercices autour de son activité quotidienne

**Objectifs pédagogiques**  
COMMENT FAIRE POUR ...

- 1 | **Présenter et vendre son prix**
- 2 | **Déterminer le rapport de force en présence**
- 3 | **Préparer sa négociation commerciale**
- 4 | **Résister à la pression du client**
- 5 | **Se positionner dans un round de négociation commerciale**
- 6 | **Ancrer les bonnes pratiques de la négociation commerciale**

PROFIL DE L'INTERVENANT

**Consultant Senior** en Techniques de Ventes et relation client

PUBLIC

**Personnes concernées** : Commerciaux avec une première expérience de la vente et une maîtrise des fondamentaux de la vente - Responsable grands comptes - Responsables commerciaux

**Effectif** : min. 4 - max. 8 participants

DATES & LIEUX (2 jours - 14h)

TARIFS

**600 € TTC** / participant

CONTACTS

**responsable inter** : A.cauchois

**tél** : +33 (0) 662025229

**email** : [contact@synchronicite](mailto:contact@synchronicite)

