**PROGRAMME DE FORMATION :**

**la négociation commerciale**

**Client :** Nom des clients

**Période de formation :** Période de formation et nombre d’heures et de jours de formation

**Durée de formation :**  combien de temps dure la formation en jour ou en heure

**Objectif :** que va être capable de faire votre client à l’issue de la formation ? Quelles compétences, métier, ou savoir va-t-il acquérir, dans quelles circonstances va-t-il pourvoir les mettre en œuvre.

**Public visé :** Qui sont les personnes visées par cette formation ?

**Prérequis :** Quelles sont les connaissances de base pour suivre ses formations ?

**Moyen et modalité :** Comment se déroule la formation ? Que de la théorie dans une salle, ou de la pratique dans une salle, ou de la pratique dans un endroit prévu à cet effet.

**Évaluation :** Méthode d’évaluation choisie : sous quelle forme le client valide ses connaissances.

**Lieu :** Lieu de la formation ou espace de connexion à disposition des clients.

**Formateur :** Qui est le formateur, et quelles sont ses compétences ?

Dans les formations en ligne, il faut mettre en avant les compétences des personnes responsables du suivi de l’élève. Cela peut être le formateur ou une autre personne.

**Coordonnés de contact du formateur (si en formation en ligne) :**

Dans les formations en ligne, il faut indiquer comment le client peut contacter le formateur ou la personne en charge de son suivi.

**Modalité de contact du formateur ( si formation en ligne ) :**

Dans une formation en ligne, il faut expliquer comment le formateur / accompagnateur peut être contacté. Quelles périodes de contact, quels outils (chat, forum, mail, etc.) et sous quels délais il doit répondre.

**Méthode de suivi pédagogique si formation en ligne :**

Dans une formation en ligne, il y a obligatoirement un suivi pédagogique. Il faut donc expliquer comment vous allez le mettre en œuvre. Exemple : regroupement toute les semaines dans une classe, sur une web-conférence.

**Lieu au cas où le client n’a pas accès à internet (si formation en ligne) :**

Il faut pouvoir donner un lieu où le client va pouvoir aller se connecter pour suivre la formation s’il n’a pas internet chez lui.

Vous pensez que vos techniques de ventes ne sont pas adaptées ? Vous souhaitez exploiter au mieux le potentiel de vos clients ?

La vente est un art de conseil et de persuasion, la connaissance de ses processus et les outils de négociation vous permettront de mieux conclure en gérant votre stress.

**Les points forts de cette formation :**

* Des méthodes modernes

**Objectifs** :

Définir et analyser les processus de ventes complexe

Utiliser les outils de négociation en fonction des situations commerciales

Se préparer mentalement pour réussir sa négociation

Développer son écoute active pour créer des points d’appui utile dans la phase de conclusion

Gérer les situations de tensions lors d’échange commercial

**Plan de formation :**

**1.Les ventes complexes : ventes de solutions, ventes grands comptes**

1. La vente solution

Les postulats

Le processus en ventes de solution

Lancement de l’affaire go no go

Un fonctionnement en mode projet

Les facteurs clés de réussite des ventes de solution

1. La vente aux grands comptes

Les principales phases d’une ventes grands comptes

Le circuit de décision du compte

La fonction achat

**2. Négocier**

I. L’art de négocier dans une relation gagnant/gagnant

Les différentes logiques de négociation

Les jeux de pouvoir

L’étape de la négociation des accords

Résumé : mode d’emploi des 5 étapes

II. Le concept ICO au service de la négociation

**3. Se construire un mental gagnant**

I. Leadership, estime de soi et confiance en soi

Libération des initiatives, pilier de la confiance

L’estime de soi, le postulat de la confiance en soi

Les leviers pour développer son estime de soi

II. Les clés pour mieux se connaître

Qu’est-ce qu’une croyance ?

Qu’est-ce qu’une position de vie ?

1. Se positionner par rapport à ses compétence métier

Faire de point sur la vente

1. **Ecouter établir la confiance et s’adapter à l’autre**

I. Etre à l’écoute

Vous avez dit écouter ?

Les niveaux d’ouverture

II. Favoriser la confiance et s’adapter à l’autre

La confiance

Le concept ICO pour s’adapter à l’autre

1. La communication orale

Comment communiquer oralement et de façon professionnelle ?

Comment lancer un débat à la fin d’une réunion ?

1. **Les situations de tensions et de stress**
2. Gérer les conflits

Qu’est-ce qu’un conflit

Connaître les différentes phases d’un conflit

Quels outils opérationnels pour sortir d’un conflit ?

Et quand se sont deux clients qui sont en conflit !

Gérer ses émotions

1. Gérer son stress ou l’art de lâcher prise

Qu’est-ce que le stress ?

Comment agit le stress ?

Quels sont les symptômes de stress ?

Comment stopper le stress ?