

Défendre et négocier son prix

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Enjeux

Être capable de valoriser son prix de vente final et de défendre un prix plus haut que celui de la concurrence

Public

– Collaborateurs commerciaux, directeurs d'agence ;
– Profils expérimentés ou débutants.

Prérequis

– Avoir suivi une formation sur la marge ;
– Être en relation avec la clientèle.

Durée

1 jour
7 heures

Animation

François Coutier

Consultant expert en formation et accompagnement des agences d'emploi

Tarif

Nous consulter

Sanction

Attestation de fin de stage

Renseignements

Assolem — François Coutier
23 rue des Rancy — 69003 Lyon
06 71 61 42 59
francois.coutier@assolem.com
www.assolem.com

Les participants seront en capacité :

- d'argumenter ;
- de présenter son prix avec méthode et assertivité ;
- de tirer parti d'une négociation.

CONTENU

Introduction sur les éléments clés qui permettent de valoriser son prix.

Rappel des différentes phases d'un entretien de vente

Développer son argumentation

- Positionner ses forces (avantages concurrentiels) ;
- Méthodologie d'argumentation C.A.B. ;
- Transformer ses avantages en bénéfices client.

La pédagogie du prix

- Quand faut-il parler du prix ?
- Méthodologie de présentation du prix ;
- Développer son assertivité ;
- Training.

Relativiser le prix

- Méthode en 4 étapes pour traiter l'objection du prix.

Négocier le prix

- Les jeux de pouvoir ;
- Les 4 styles de comportements ;
- Étudier les 7 façons de négocier ;
- Les règles à respecter en négociation ;
- Training.

Évaluation des acquis par une étude de cas complète

Sur la base d'un scénario prospect qui hésite entre CDD et CTT les participants devront :

- Créer un argumentaire en faveur du CTT
- Calculer et se positionner en termes de prix
- Présenter et valoriser son prix, le défendre face à une demande de négociation.

MOYENS PÉDAGOGIQUES / ENCADREMENT

- Apports théoriques (support pédagogique remis aux stagiaires) ;
- Méthode interactive ;
- Exercices pratiques (mise en situation, ateliers...) ;
- Échanges multimodaux (individu, binôme et grand groupe) ;
- **Réalisation d'un plan d'action personnalisé ;**
- Validation des acquis et évaluation de la formation.