

Négocier pour faire adhérer

Négocier pour faire adhérer : Stratégie des gains mutuels en négociation

Acquérir une méthode de préparation aux différentes étapes de la négociation commerciale raisonnée.



Public cible : toute personne ayant à commercialiser / vendre un service / produit à un client particulier : secteur banque / assurance...



Durée et modalités
14h – Présentiel
2 x 03h30 – Distanciel pour le REX

OBJECTIFS

Comprendre et intégrer les différentes méthodologies pour :

- développer ses capacités relationnelles de négociateur
- Décider de devenir « partenaire potentiel »

Afin de :

- limiter au maximum la « zone de négociation » car ce doit être une « zone d'ajustement »
- décider de prendre le temps de préparer la négociation
- Pour être en capacité de protéger la durabilité du business / de la relation

DÉROULÉ

- Séquence objectif : Comprendre les enjeux de la négociation raisonnée
 - Les éléments déterminants d'une négociation afin de protéger au maximum la relation de confiance
- Acquérir une méthode de préparation à la négociation
 - Intégrer les postures et méthodes qui permettent de se préparer à traiter les situations à enjeu et situations complexes, du blocage à sa résolution
- Maîtriser les éléments de communication qui permettent une négociation efficace
 - Identifier et s'adapter au style de communication des prospects / clients
- Développer ses capacités relationnelles de négociateur
 - Maîtriser les étapes quant à la préparation de la négociation jusqu'aux points de passage obligés, en vue d'envisager une négociation raisonnée

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Séquence vidéo



Feedbacks et debriefs



Travaux en sous-groupes et binômes



Plan d'action personnel

LIVRABLES



Applications sur 8 mises en situation



Check-list des bonnes pratiques



« Le sens et l'engagement ! »

Nous ne parlons jamais, ou très peu, de l'expérience client en agence : or, c'est bien notre client qui nous "fait vivre". Si nous parlons que de la technique, du réglementaire et des tarifs, nous perdons toute la relation commerciale et humaine.

En formation ou en REX, le formateur est précis dans ses explications : il nous permet d'avoir une autre vision "client" et d'aborder différemment notre communication afin de faciliter notre pilotage d'opérations et nos relations avec nos clients.

Cette notion « d'expérience client » est indispensable à tout encadrant, voire à tout collaborateur des fonctions supports. »