



L'INGÉNIEUR D'AFFAIRES, VENDEUR et NÉGOCIATEUR DE SES PROJETS

LA METHODE DES
3NON

TiYA

L'INGÉNIEUR D'AFFAIRES D'AUJOURD'HUI EST TOTALEMENT ENGAGÉ DANS UNE PROBLÉMATIQUE COMMERCIALE QUI VEUT QUE VENTE ET NÉGOCIATION DEVIENNENT SES DEUX MOYENS DÉCISIFS DE DÉCROCHER ET DE CONCRÉTISER DES PROJETS. LA VENTE POUR FAIRE VALOIR L'ATTRACTIVITE DE SON PROJET, LA NÉGOCIATION POUR EN TRAITER LES CONDITIONS.

CELA, À CONDITION DE BIEN MAÎTRISER LES RAISONS D'ÊTRE PROPRES À CHACUNE DE CES DEUX DÉMARCHES, AINSI QUE LEURS LIENS ENTRE ELLES, AU RISQUE D'OBTENIR DES ACCORDS TRÈS EN DESSOUS DE LEURS OBJECTIFS OU, MALHEUREUSEMENT, DE PERDRE DES CONTRATS.

Objectifs

Étalée sur une durée de trois jours, cette formation est consacrée à la maîtrise commerciale d'ensemble d'un projet d'affaires, avec pour objectifs :

- Cerner les raisons d'être respectives d'une vente et d'une négociation
- Savoir mettre en avant la valeur de sa proposition
- discerner à quel moment passer d'une vente à une négociation
- apprendre à mener une négociation où dominant des tensions élevées
- devenir capable d'engager un rapport de forces avec son client si les circonstances le nécessitent, tout en lui faisant comprendre que c'est dans son intérêt
- Acquérir les réflexes clés propres à déjouer les tentatives de déstabilisation et conclure un accord gagnant.

PROGRAMME

JOUR 1 : LES BASES D'UNE ACTION COMMERCIALE AVEC SA DIMENSION DE VENTE.

La raison d'être d'une relation commerciale compétitive
Les trois éléments constitutifs d'un acte de commerce
Ses deux dimensions de vente et de négociation

Bases et principes de la vente

- Les 5 phases d'un entretien de vente
- leur association avec les 4 stades psychologiques d'achat
- Le plan d'un argumentaire.
- la phase de découverte
- La découverte de prospection
- La découverte de visite
- Le traitement des objections
- Les trois techniques : réelle - malentendu – conditionnelle
- Les techniques de conclusion
- Le traitement de l'objection en conditionnel, passage clé de l'entrée en négociation.

JOUR 2 : SAVOIR QUAND PASSER D'UNE VENTE À UNE NÉGOCIATION ET INSTAURER LE DIFFÉREND EN PRENANT FERMEMENT POSITION.

Bases et principes d'une négociation

- La raison d'être commerciale d'une négociation
- Les points d'appui du processus décisionnel
- Une triple confrontation
- Ses deux dimensions, affective et rationnelle
- La méthode T.I.N.A. et ses 4 phases.

La pose du différend

- le principe d'une tension instaurée dans un but de déstabilisation
- son déclenchement et sa dynamique
- L'exagération tactique du point annoncé
- les effets destructeurs d'un stress mal géré.

L'identification des champs et des acteurs de tension

- les rapports de forces en présence
- le principe de l'ancrage
- la répartition de la valeur, véritable enjeu de la négociation commerciale
- les tactiques rationnelles d'approche
- les différents choix tactiques d'approche qui en résultent.

JOUR 3 : BÂTIR UNE PROPOSITION APPROPRIÉE AUX POSITIONS DE CHACUN, PUIS FAIRE ÉVOLUER POSITIVEMENT LE RAPPORT DE FORCES JUSQU'À TROUVER UN ACCORD À LA FOIS SATISFAISANT ET PÉRENNE.

La neutralisation des champs et des acteurs de tension

- Les notions de ligne de front et d'angle d'attaque
- la prise en compte des conditions juridiques
- le principe de l'émiettement du différend initial
- les techniques de maniement des objets
 - le paquet
 - le salami
 - l'élargissement
 - la globalisation.....
- leur définition, leur opportunité, leurs avantages, leurs inconvénients.

La marche vers l'accord

- la démarche d'ouverture
- la construction d'un scénario de recherche de compromis
- les tactiques de valorisation des concessions
- les trois types de résistance possibles
- la construction d'une démarche concessionnelle
- les démarches offensives et défensives
- les grandes tactiques psychologiques de résistance
- l'utilisation des tactiques coopératives pour calmer le jeu
- les techniques de neutralisation, de riposte et d'évitement
- les critères d'évolution d'une négociation
- sa conclusion et la prise en compte de son issue.

Pédagogie

Alternant contenus théoriques et cas concrets directement extraits de l'activité de l'entreprise, c'est une formation entièrement adaptée à la spécificité du contexte commercial des participants.

Durée : 3 x 1 jour ou 3 jours

**Frais de participation : Stage intra-entreprise de 6 à 12 personnes
4850€ HT**

Pour toute demande de formation : contact@negorisk.com