

## DEFENDRE SES PRIX ET SES MARGES

### ◆ Personnes concernées

- ✓ Commerciaux
- ✓ Ingénieurs commerciaux
- ✓ Technico-commerciaux
- ✓ Responsables grands comptes et comptes clés

### ◆ Objectifs visés :

- ✓ Comprendre les points d'intérêt de l'autre pour faire porter la discussion sur d'autres points que le prix
- ✓ Explorer toutes les pistes d'argumentation possibles
- ✓ Maîtriser les techniques de démonstration du prix
- ✓ Valoriser son offre par rapport aux concurrents ou au budget
- ✓ Sortir du prix pour l'inclure dans une solution globale

### ◆ Contenu :

#### La préparation de l'entretien :

- ✓ Historique et portrait du client
- ✓ Analyse de la concurrence
- ✓ Rédaction d'une offre commerciale valorisante
- ✓ Argumentation et justification technico-économique.

#### Le déroulement de l'entretien

- ✓ La découverte d'implication sur les motivations et les freins du client
  - L'alternative 3 branches
- ✓ La reformulation de ses critères prioritaires de décision.
- ✓ La présentation et la valorisation de son offre : les techniques de cloisonnement des points chronologiques à traiter.
- ✓ L'argumentaire (produits/services), au delà du prix, adapté à "l'histoire" du client et à ses motivations et préoccupations.
- ✓ La maîtrise des techniques de défense du prix et d'argumentation comparative :
  - Comment semer le doute sur la proposition concurrente et maximiser le risque encouru ?
  - Comment "professionnaliser" le relationnel avec le client en mettant en exergue "les plus" de sa proposition ?
  - Comment minimiser l'écart tarifaire avec le concurrent ?
  - Comment compenser un écart de prix et engager le client sur les points positifs de son offre ?

- ✓ La mise en avant des gains pour le client
  - La démonstration chiffrée du prix et le **tableau des gains**
  - La **méthode « papier-crayon »**
- ✓ Engager le client sur une négociation future possible
  - **L'acceptation conditionnelle**
- ✓ La conclusion : savoir à quel moment conclure et de quelle façon matérialiser sa conclusion.

### L'irrationnel dans la vente

- ✓ La compréhension des besoins de l'autre : l'empathie
- ✓ La gestion de son attitude : dominer son stress et développer sa fluidité verbale.
- ✓ Le comportement général à adopter dans l'entretien, dans le traitement des objections.
- ✓ L'analyse transactionnelle et la vente : la capacité à cerner rapidement le type de dialogue dans lequel on se trouve et ainsi, prévenir les conflits

### ◆ **Méthodologie :**

- ✓ Construction d'outils
  - Alternative 3 branches
  - **Tableau des gains**
  - **Tableau des gains comparatifs**
  - Acceptation conditionnelle
- ✓ Simulations commentées à chaud avec entraînements sur la méthode « papier-crayon »
- ✓ Travaux en sous groupes

### ◆ **Durée :**

- ✓ 2 jours par groupe de 8 personnes maximum