



**FORMATION à la  
NEGOCIATION COMMERCIALE**

***Se préparer  
et prendre RDV***

**Année 2020**

# Les techniques de négociation

## Différentes cibles

- Vente à des particuliers = Business to Consumer
- Vente à des entreprises = B to B
- Vente à des collectivités = B to Government
- Vente à des commerçants = B to Retailers

## et donc différents types de vente

- Vente classique d'un produit
- Vente globale = produit + services associés qui permettent de se différencier (*ex systèmes de reprographie*)
- Vente conseil (*ex finance*) où le client a besoin de l'expertise du vendeur

## Identifier les circuits de décision

- L'interlocuteur principal
- les utilisateurs
- l'acheteur
- le décideur
- les conseillers ou prescripteurs

**L'acheteur** : personne chargée de définir les conditions d'achat, de sélectionner les fournisseurs et de négocier les contrats

**L'utilisateur** : personne qui utilise le produit, donc capable d'évaluer les besoins et les performances du produit acheté

**Le prescripteur** : personne influençant la décision (ex. : experts) en définissant la nature des produits à acheter et en recommandant les produits

**Le conseiller** : personne d'influence informelle qui peut agir sur le centre d'achat (ex. : relation)

**Des intervenants multiples**

**Le décideur** : personne qui prend la décision d'achat (détenteur du pouvoir d'engager l'entreprise vis-à-vis d'un fournisseur)

# Segmenter sa clientèle ou ses prospects

- Identifier les prospects à fort potentiel (annuaires, internet)
- Par la méthode R.F.M = Récence + Fréquence + Montant
- Identifier les concurrents qui travaillent avec eux

Nom	prénom	Adresse	Code postal	Ville	Téléphone	Nbre de mois depuis le dernier achat	note 1	Montant du dernier achat (en euros)	note 2	Nbre d'achats sur les 2 dernières années	note 3	Score RFM (somme des 3 notes)	type
Robin	Tristan	30 Villa du Bel-Air	44570	Trignac	06 99 35 23 58	8	5	4591	5	6	5	15	très bon client
Caron	Capucine	70 Rue Étienne-Marey	44810	La Chevallerais	06 37 45 28 51	1	5	3253	5	4	5	15	Très Bon client
Husson	Clémence	84 Rue Eugène-Fournière	44860	Pont-Saint-Martin	06 60 53 20 71	9	5	2482	5	6	5	15	Très Bon client
Bonnin	Guillaume	295 Rue de l'Évangile	44500	La Baule-Escoublac	06 80 72 36 01	4	5	4000	5	4	5	15	Très Bon client
Roques	Lorenzo	98 Rue Jacques-Callot	44210	Pornic	06 44 71 57 87	2	5	3556	5	6	5	15	Très Bon client
Didier	Anaël	136 Rue Gager-Gabillot	44290	Guénouvry	06 08 86 21 61	11	5	4000	5	3	2	12	bon client
Alves	Emma	234 Rue Albert-de-Lapparent	44680	Sainte-Pazanne	06 04 58 11 91	12	2	2324	5	5	5	12	Bon client
Maillard	Nathan	97 Rue Émile-Chaine	44120	Vertou	06 09 04 48 96	17	2	3020	5	5	5	12	Bon client
Lagarde	Léo	196 Rue Fortuny	44310	Saint-Colomban	06 67 12 07 12	2	5	4616	5	1	2	12	Bon client
Fortin	Roméo	172 Passage souterrain Henri-Gaillard	44830	Brains	06 90 15 84 27	18	2	3776	5	5	5	12	Bon client
Humbert	Noémie	103 Place Hébert	44120	Vertou	06 74 31 27 76	11	5	2176	5	1	2	12	Bon client
Millet	Léa	192 Passage des Deux-Portes	44116	Vieillelevigne	06 61 83 21 50	4	5	3472	5	2	2	12	Bon client
Lefevre	Rosalie	141 Rue Alain	44700	Orvault	06 77 56 64 89	9	5	3531	5	1	2	12	Bon client
Richard	Angelina	199 Rue Evette	44730	Tharon-Plage	06 62 45 60 96	5	5	2036	5	1	2	12	Bon client
Remy	Zacharis	6 Rue du Docteur-Heulin	44380	Pornichet	06 86 93 07 48	6	5	4010	5	2	2	12	Bon client
Jamet	Chloé	155 Rue Erasme	44700	Orvault	06 70 73 18 11	1	5	2955	5	3	2	12	Bon client
Rousset	Sara	119 Boulevard de Douaumont	44340	Les Couëts	06 80 02 34 92	3	5	1205	0	5	5	10	bon client

# Préparer sa vente

- Rechercher un maximum d'informations sur le prospect (presse, internet, annuaires...)
- Consulter son [CRM](#) si déjà client
- Se fixer des objectifs (« mini-max »)
- Elaborer une stratégie
- Préparer ses outils (docs, visuels, échantillons) et ses [OAV](#)



# Exemple de CRM

The screenshot displays the Dolibarr CRM interface. At the top, a navigation bar includes icons for Accueil, Tiers, Produits/Services, Commercial, Compta/Trésor, Banques/Caisses, Projets, Outils, Agenda, and Documents. The user 'SuperAd' is logged in. Below the navigation bar, a breadcrumb trail shows 'Tiers' > 'Fiche' > 'Client'. The main content area features a search bar and a sidebar with navigation options for 'Tiers', 'Contacts/Adresses', and 'Prospects'. The central focus is the client profile for 'BUTAGAZ GAZ ARMOR', which includes contact information, a table of client details, a summary section, and a table of commercial proposals.

**Dolibarr** ERP/CRM

Rechercher

**Tiers**

- Nouveau tiers
- Liste
- Liste prospects
- Nouveau prospect
- Liste clients
- Nouveau client

**Contacts/Adresses**

- Nouveau contact/adresse
- Liste
- Prospects
- Clients
- Autre

Dolibarr 4.0.0

Tiers Fiche **Client** Projets 1 Objets référents Notes 1 Fichiers joints Événements/Agenda

**BUTAGAZ GAZ ARMOR**

A Rue Louis Blériot ZI de Troyalach Sud - St Evarzec CS 55027, 29556 QUIMPER, France - Finistère

09 70 81 81 04

[hponthoreau.gazarmor@resbtz.fr](mailto:hponthoreau.gazarmor@resbtz.fr)

En activité

Prospect / Client	Client
Code client	CU1812-12858917
Compte comptable client	
Assujetti à la TVA	Oui
Numéro de TVA	
Conditions de règlement	
Mode de règlement	
Remise relative	Aucune
Remise fixe	Aucune
Montant encours autorisé	Pas de limite
Commerciaux	Quentin PATY

**Résumé** [Afficher aperçu client](#)

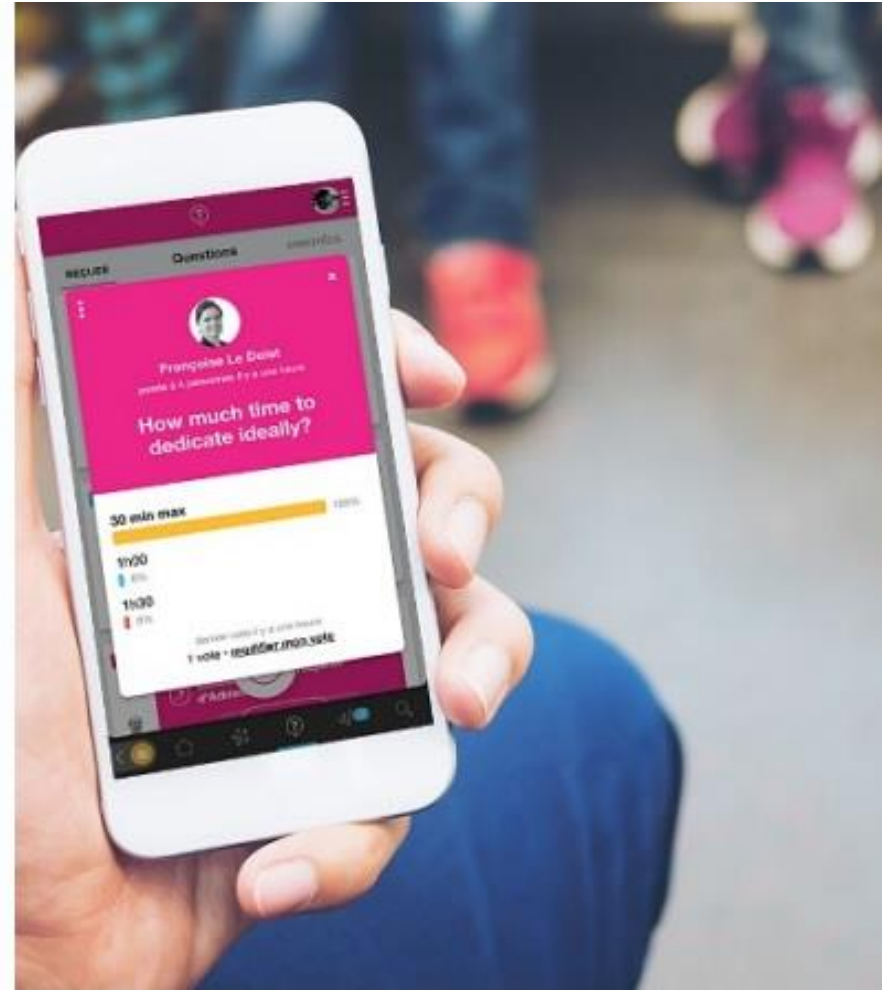
Montant encours 0,00

**Les dernières propositions commerciales** [Toutes les propales 1](#)

(PROV103)	24/05/2018	1 470,00	Brouillon <input type="checkbox"/>
-----------	------------	----------	------------------------------------

# Outil d'aide à la vente

---



# Exemple d'OAV (outils d'aide à la vente)

- ◆ Situation de la famille, nombre d'enfants et de petits enfants
- ◆ Age des personnes, depuis quand à la retraite, ancien métier de Mr et de Mme
- ◆ Propriétaires de leur maison
- ◆ Depuis quand habitez-vous ici

## ◆ La situation actuelle

QUI	TERRAIN	MATERIEL	ATTENTES
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Qui tond (Mr, Mme, enfants, jardinier)</li> <li>◆ Aimez-vous le jardinage (jardin passion ou corvée)</li> <li>◆ Combien de fois par mois</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Taille du terrain</li> <li>◆ Nature du terrain (arboré, en pente ...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Possédez-vous une tondeuse</li> <li>◆ Quel âge, quelle marque, quel modèle</li> <li>◆ En êtes-vous satisfait</li> <li>• Ses points forts</li> <li>• Ses points faibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Pourquoi voulez-vous changer</li> <li>◆ Quelles sont vos attentes par rapport à une nouvelle tondeuse</li> </ul>

## La situation future

- ◆ Avez-vous un budget
- ◆ Pour quand envisagez-vous cet investissement

## OBJECTIONS RENCONTREES

Par rapport à l'entreprise	Par rapport aux produits
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Manque de notoriété de Toro</li> <li>◆ Taille trop petite de <u>Solvert</u></li> <li>◆ Fragilité financière de l'entreprise S</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Moins connus que Honda ou Wolf</li> <li>◆ Danger</li> <li>◆ Bruit</li> </ul>

## L'analyse de la concurrence et le diagnostic comparatif, pour:

- anticiper les principales objections et préparer avant l'entretien les réponses adaptées
- prendre davantage conscience de vos principaux points forts à valoriser
- préparer une stratégie d'entretien pour convaincre votre interlocuteur que votre solution est meilleure que celle de la concurrence

# Prendre RDV par téléphone

## L'organisation matérielle

- Préparer la liste des personnes à appeler, le nom du responsable, de son adjoint(e), son numéro de téléphone,
- Utiliser un compte-rendu d'activité pour noter en direct le résultat de l'appel

entreprise	adresse	CP	VILLE	PERSONNE CONTACTE	TEL	MAIL	DATE CONTACT	INFO OBTENU	A FAIRE
la apave	6 rue de la barberais	35650	le rheu	carolle gombeau		<a href="mailto:carolle.gombeau@apave.com">carolle.gombeau@apave.com</a>	26/09/2019	je l'ai appelé et envoyé un mail	commande
hotel ibis camenen	3 Rue du Vieux Jardin	35135	cesson MORDELLES	philippe rigolé		<a href="mailto:h0689@accor.fr">h0689@accor.fr</a>	21/09/2019	mail envoyé	commande
PHARMACIE QUIMPER		29000	QUIMPER						commande
nestenn		35000	RENNES	Jean yves pincemin		<a href="mailto:jy.pincemin@neste.com">jy.pincemin@neste.com</a>	23/09/2019	je lui ai envoyé le catalogue et bdc 24/10	comande
prométhé	8 rue des entrepreneurs	35310	breal	sonia thézé			31/10/2019	j'y suis allé, catalogue et bdc déposé	commande
GALISSON EMILIE		35000	RENNES	duval		<a href="mailto:Emilie.galisson@free.fr">Emilie.galisson@free.fr</a>	08/11/2019	mail envoyé	commande pour 52.45
CAFFIERS coraline	18 rue du prévert	35800	PARTHENAY	duval		<a href="mailto:caffiers.carloline@gmail.com">caffiers.carloline@gmail.com</a>	18/11/2019	Appel téléphonique	Envoyer catalogue + BDC
Fabienne hommet				duval			15/11/2019	mail envoyé	Rappeler début octobre
Aurelien guyot				duval			15/11/2019	mail envoyé	Rappeler début octobre
LAUNAY KARINE	5 rue des chenes	35320	LA CHAPELLE DU LOU	duval		<a href="mailto:karine.launay@orange.fr">karine.launay@orange.fr</a>	12/11/2019	Achète plutôt du vin	Rappeler début novembre
blandine persehaie				isabelle thomas			12/11/2019	Appel téléphonique	Déposer le catalogue
VELA KATIA				duval			08/11/2019	Appel téléphonique	Rappeler début décembre
VALLEE		35310	SAINT THURIAL	patrick vallee			08/11/2019	mail envoyé	commandé pour 26.20
espace coiffure neveu couverture	5 rue de montfort	35310	breal	marie laure theaud		<a href="mailto:marielauretheaud@hotmail.fr">marielauretheaud@hotmail.fr</a>	26/09/2019	appelé et envoyé un mail	relancer
neveu couverture	6 rue de vince	35310	mordelles	philippe neveu		<a href="mailto:sarl.neveu.couvert@orange.fr">sarl.neveu.couvert@orange.fr</a>	08/10/2019	je l'ai appelé il voit avec sa femme+ mail envoyé	Relancer
contrôle technique gumiau	ZA du pommeret	35310	breal	david bougeard			08/10/2019	je suis passé	commande pour 62.40
gombeau	la grannelais	35310	breal	martial gombeau			21/10/2019	catalogue déposé et bdc	commande pour 127.60

## Préparer ses disponibilités

- Réfléchir à vos disponibilités de façon à ne pas être pris au dépourvu et à pouvoir proposer une alternative de RV:
- ouvrez votre agenda et réfléchissez !
- Par exemple, si vous voulez être sur St Malo le lundi et le mardi, dites le clairement

## Ne pas argumenter sur son produit

- Bien se mettre en tête qu'on appelle pour obtenir un RV et pas pour vendre ses produits: l'objectif est obtenir un rendez-vous !
- Faites passer l'idée que votre interlocuteur a intérêt à vous recevoir



# La méthode C.R.A.C

- **C** = contact: se présenter
- **R** = raison de l'appel ou du contact
- **A** = accroche qui donne envie à l'interlocuteur de vous recevoir
- **C** = conclusion: obtention d'un rendez-vous

# Un exemple

- Bonjour Madame, Bernard BRUEL Société X spécialisée en matériels de jardinage.
- Je contacte aujourd'hui tous les propriétaires de jardin pour étudier leurs besoins et leurs pratiques de jardinage.
- Que pensez-vous d'une solution simple et efficace pour entretenir votre jardin ?
- J'aimerais vous présenter nos solutions. Préférez-vous cette semaine ou la semaine prochaine ? ...

**Contact**

Bonjour je suis Clara Marec de la société Precom, vous êtes bien M/Mme X ?

**Raison**

Un nouveau produit TV Mag vient de sortir sur le secteur de Redon/La Gacilly, il s'agit d'un calendrier.

Ce produit fonctionne très bien sur tous les autres secteurs où est proposé ce magazine.

**Accroche**

**Que pensez-vous de la possibilité d'augmenter votre notoriété et votre chiffre d'affaires avec un calendrier ?**

J'aimerais vous rencontrer afin de mieux connaître votre entreprise, vous présenter ce produit et savoir comment nous pourrions être amenés à travailler ensemble.

**Conclusion**

1. Préférez-vous la semaine prochaine ou la suivante ?
2. Plutôt début ou fin de semaine ?
3. Quelle heure pourrait vous convenir ?

**Congé**

Oui : C'est noté je vous remercie de votre écoute et je vous dis au ..... M/Mme X.

Non : Je vous remercie de votre écoute et nous pourrions reprendre contact un peu plus tard dans l'année si vous souhaitez faire de la publicité pour votre entreprise. Au revoir.

# Conclure = proposer une solution au problème créé par votre appel

- Utiliser la technique de l'alternative:
- « préférez-vous la semaine prochaine ou la suivante » ?
- « préférez-vous début ou fin de semaine » ?
- « plutôt le matin ou l'après-midi ?
- Etc...

# Passer le barrage de la secrétaire

- En appelant en dehors des heures « normales » de bureau
- soit en plaçant une accroche qui lui fasse comprendre que votre proposition est intéressante,
- soit en prétextant que vous deviez rappeler son directeur : je devais rappeler Mr ... à ce sujet (cela suppose que vous ayez son nom ...)
- Ou en lui posant une question dont elle n'a pas la réponse
- En composant un n° variante du n° du standard