


Programme de formation

Intitulé de la formation **Mener une négociation commerciale (Certificat de Compétences en Entreprise - CCE)**
Personnel expérimenté

Domaine	Accueil, efficacité commerciale et relation client		<i>Version 06/2024</i>
Éligible CPF	Non <input type="checkbox"/> Oui <input checked="" type="checkbox"/>		Date d'enregistrement 19/05/2021
Certificateur	CCI France CCI CCI - Chambre de commerce et d'industrie (www.cci.fr)		Code RS 5444

CCE – Certificat de Compétence en Entreprise

CCE = Certificat de Compétences en Entreprises :

- Un dispositif permettant aux individus de se voir certifier des compétences transverses ou support aux organisations, construites et mises en œuvre dans un cadre professionnel et/ou extra professionnel
- Une certification officielle portée par CCI France acquise à vie
- Inscrit au répertoire spécifique de la Commission Nationale de la Certification Professionnelle (CNCP) RS

Processus de certification :

- ✔ Rendez-vous préalable avec un conseiller formation pour valider la candidature
- ✔ Formation
- ✔ Etude de cas écrite de 2 heures ou portefeuille de preuves
- ✔ Jury de certification
- ✔ Remise diplôme (en cas de réussite)

Validation :

Validation d'au moins 80% des critères du référentiel de certification

Objectifs

Objectif de la formation

Réussir ses négociations commerciales : de la préparation de celle-ci au closing

Objectifs pédagogiques (Être capable de...)

- Préparation de la négociation commerciale
- Conduite de la négociation commerciale
- Finalisation et évaluation de la négociation commerciale



Durée : 5j de formation soit **37h par stagiaire** (35h de formation + 2h d'étude de cas)

Modalité : Présentiel

Effectif : De 4 à 10 personnes



Accessibilité

Pour les personnes en situation de handicap, en amont de la formation, nous contacter afin de déterminer les aménagements à adapter.



Public concerné

- Tout individu salarié, travailleur indépendant, demandeur d'emploi, bénévole du mouvement associatif, coopératif ou mutualiste, volontaire en service civique (personnes majeures).



Prérequis et niveau d'entrée

- Le CCE est accessible à toute personne pouvant démontrer qu'elle exerce ou a exercé une mission effective au cours des 5 dernières années en lien avec le référentiel concerné
- Ce prérequis sera validé suite à la transmission du descriptif d'emploi, de la



Sous l'égide du Conseil Régional et de l'Agefiph, notre organisme de formation a signé la charte pour l'accueil des personnes en situation de handicap.

EESC BUSINESS CAMPUS 12 - CAMPUS XII^e AVENUE
N° déclaration d'existence : 76 12 01010 12 - **SIRET :** 000 038 167 00012
Siège social : CAMPUS XII^e AVENUE Cité de l'Entreprise et de la Formation
 5 rue de Bruxelles BP 3349 12033 RODEZ Cedex 9
Site de Rodez : 5, rue de Bruxelles - **Site de Millau :** 38 boulevard de l'Ayrolle
Tél : 05 65 77 77 00 **Mail :** fpc@campus12avenue.fr **Web :** www.campus12avenue.fr

Programme de formation

fiche candidat puis à un rendez-vous avec un conseiller formation.



Moyens et méthodes pédagogiques

- En début de formation, le formateur validera les attentes de chaque bénéficiaire pour une adaptation éventuelle.
- Apports théoriques
- Mises en situations pratiques



Évaluation

De la satisfaction du module par le stagiaire

- Questionnaire écrit

Des acquis du stagiaire

Type d'évaluation :

- Etude de cas écrite ou portefeuille de preuves

Barème d'évaluation :

- Acquis (80% ou plus de critères validés)
- Non acquis (moins de 80% de critères validés)



Qualité et profil de l'animateur

- Animateur spécialisé intervenant pour le compte de CAMPUS XII^e AVENUE



Sanction de la formation

– Attestation individuelle d'assiduité et de fin de formation

- Certificat de Compétence en Entreprise (si réussite)

– Taux de réussite : 2021 : NC ; 2022 : NC ; 2023 : NC



Contenu de formation

JOURNÉE 1 : LA PREPARATION DE LA NEGOCIATION COMMERCIALE : LES 3M (MOYENS, METHODES ET MENTAL)

LES MOYENS A IDENTIFIER ET RECHERCHER

- Les informations nécessaires sur le client et sur le marché
- Les réseaux sociaux et les outils web
- Les comportements clients et la typologie des clients
- Les acteurs en présence : leurs points forts et leurs points faibles

LES METHODES A MAITRISER

- Définir ses enjeux, les objectifs, les marges de manœuvre
- Préparer les arguments et les leviers à utiliser, les différents scénarii possibles

LE MENTAL, LES ATTITUDES A DEVELOPPER

- L'écoute : verbale et non verbale
- S'adapter à son interlocuteur et à son mode de fonctionnement
- Négociation multi-interlocuteurs : repérer le rôle de chacun dans la négociation
- Gérer ses émotions

L'ENTRETIEN COMMERCIAL (GARDER LA MAIN TOUT EN PRESERVANT LA RELATION)

- La prise de contact : éléments clé
- Découvrir les besoins et les attentes du client
- Être à l'écoute du client avec objectivité (repérer les freins et les points de blocages)
- La reformulation pour s'assurer d'une bonne compréhension et avancer

JOURNEES 2 ET 3 : LA PROSPECTION : A LA CONQUETE DE CHIFFRE D'AFFAIRES ET DE MARGES

INTRODUCTION SUR LA PROSPECTION

- Les enjeux
- Les freins
- Travail interactif à partir d'échanges et des réponses du questionnaire

LA CONQUETE DE NOUVEAUX CLIENTS



Programme de formation

	<ul style="list-style-type: none"> – 6 clés afin d’optimiser ses pratiques ➤ Ateliers pour partager les bonnes pratiques Mises en situation pour appliquer
LE UP SELLING (REALISER DAVANTAGE DE CHIFFRE D’AFFAIRES ET DE MARGE AVEC LES CLIENTS)	
	<ul style="list-style-type: none"> – Les méthodes pour réussir ➤ Mises en situation pour appliquer
LE WIN BACK (LA RECONQUETE DU CLIENT)	
	<ul style="list-style-type: none"> – Comment argumenter à partir de l’écoute active ➤ Ateliers pour identifier les freins et les solutions (à partir d’un support) Mises en situation pour appliquer
JOURNEE 4 : L’ENTRETIEN : DE LA PRISE DE CONTACT AU CLOSING	
INTRODUCTION : CERNER LES ATTENTES CLIENTS DANS SA DEMARCHE COMMERCIALE	
	<ul style="list-style-type: none"> – Connaître et s’adapter aux différents comportements d’achat des clients B to C et B to B – Identifier les différentes étapes du processus de vente
LA PRISE DE CONTACT POUR ENCLENCHER LE DIALOGUE	
	<ul style="list-style-type: none"> – Donner envie par une prise de contact positive et motivante – Susciter l’intérêt par une accroche vendeuse – Créer l’interaction avec le client
LA DECOUVERTE DES BESOINS DU CLIENT POUR ADAPTER SON OFFRE	
	<ul style="list-style-type: none"> – Tout découvrir de la situation, des besoins du client – Déterminer les motivations réelles – Questionner le client : techniques et bonnes pratiques
L’ARGUMENTAIRE SUR LES BENEFICES DE L’OFFRE POUR PERSUADER D’ACHETER	
	<ul style="list-style-type: none"> – Construire et présenter des arguments percutants – Valoriser son prix – Répondre en souplesse aux objections du client
LE CLOSING POUR EMPORTER LA COMMANDE	
	<ul style="list-style-type: none"> – Saisir le bon moment pour conclure : les « feux verts » de la conclusion – Engager le client à l’achat (5 méthodes de closing) – Verrouiller la suite à donner et les engagements mutuels
LA CONSOLIDATION DE LA RELATION POUR MIEUX FIDELISER LE CLIENT	
	<ul style="list-style-type: none"> – Assurer le suivi après la vente – Rester dans le paysage du client pour fidéliser et revendre
JOURNEE 5 : LA NEGOCIATION	
LA NEGOCIATION, EN AMONT POUR UNE RELATION GAGNANT-GAGNANT	
	<ul style="list-style-type: none"> – Identifier les enjeux de la négociation et les positions de force – Construire un argumentaire
LA PROPOSITION AU CŒUR DE LA NEGOCIATION	
	<ul style="list-style-type: none"> – Présenter et valoriser la proposition ou devis – Savoir argumenter – Mener efficacement l’entretien de négociation, en s’appuyant sur les différents scénarii – Développer l’assertivité et la compréhension du client – Savoir faire face aux demandes non acceptables
LA REPONSE AUX OBJECTIONS DU CLIENT	
	<ul style="list-style-type: none"> – Se préparer à traiter des objections – Identifier les points de résistance par une écoute active



Sous l'égide du Conseil Régional et de l'Agefiph, notre organisme de formation a signé la charte pour l'accueil des personnes en situation de handicap.

EESC BUSINESS CAMPUS 12 - CAMPUS XII^e AVENUE
 N° déclaration d'existence : 76 12 01010 12 - SIRET : 900 038 167 00012
 Siège social : CAMPUS XII^e AVENUE Cité de l'Entreprise et de la Formation
 5 rue de Bruxelles BP 3349 12033 RODEZ Cedex 9
 Site de Rodez : 5, rue de Bruxelles - Site de Millau : 38 boulevard de l'Ayrolle
 Tél : 05 65 77 77 00 Mail : fpc@campus12avenue.fr Web : www.campus12avenue.fr

Référentiel de certification et d'évaluation

Certificat de Compétences en Entreprise



ACTIVITES	COMPÉTENCES	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1/ Préparation de la négociation commerciale	<ul style="list-style-type: none"> Opérer une prise de renseignements sur l'entité ou la personne avec laquelle conduire la négociation, en identifiant au préalable le type et la nature des informations à collecter, afin d'identifier les besoins, attentes et motivations de son ou ses futur(s) interlocuteur(s) et d'évaluer les enjeux du marché pour les deux parties concernées. Conduire un entretien de découverte du prospect, en mettant en œuvre le comportement approprié et en développant un questionnement sur ses attentes, freins et motivations, afin de consolider l'identification du besoin. Etablir le diagnostic de la situation avant négociation, en analysant les rapports de force en présence et en mesurant ses enjeux pour les deux parties prenantes, afin d'envisager les différents scénarios possibles et de déterminer ses marges de manœuvre et leviers de discussion et de négociation. Définir une stratégie de négociation tenant compte de la position de son ou ses interlocuteur(s) et de son(leur) processus décisionnel, en déterminant et en priorisant les objectifs à atteindre et en établissant les modalités de conduite de la négociation, afin d'optimiser son déroulement et d'éviter toute déstabilisation ou improvisation. Elaborer un argumentaire de vente ou d'achat, en identifiant les points clés justifiant sa position et en hiérarchisant les arguments démontrant les avantages, l'attractivité et les bénéfices de sa proposition, afin de convaincre son ou ses interlocuteur(s), de devancer leurs objections éventuelles et d'obtenir des contreparties satisfaisantes. 	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <p><i>Etude de cas ou mise en situation simulée portant sur :</i></p> <p>L'élaboration de la stratégie de négociation de vente ou d'achat d'un bien ou service et la construction d'un argumentaire adapté</p>	<p>L'analyse des renseignements collectés permet de définir les besoins, attentes, freins et motivations de l'interlocuteur</p> <p>Les enjeux de la transaction pour les deux parties prenantes sont repérés</p> <p>Les rapports de force en présence sont identifiés de façon correcte</p> <p>L'identification des marges de manœuvre et leviers de discussion est juste</p> <p>La stratégie de négociation retenue est la plus pertinente au regard des scénarios envisagés</p> <p>Les objectifs de la négociation sont définis et hiérarchisés</p> <p>L'argumentaire est cohérent et convaincant</p> <p>Les objections éventuelles sont anticipées et prises en compte</p>
2/ Conduite de la négociation commerciale	<ul style="list-style-type: none"> Conduire le ou les entretien(s) jalonnant le processus de négociation, en adoptant un comportement et un registre de langage adaptés à son ou ses interlocuteur(s) et en pratiquant une écoute active, afin de créer et d'entretenir un climat de confiance propice aux discussions et de préciser les besoins, limites et contraintes de son ou ses interlocuteur(s). Décoder les signaux verbaux et non verbaux émis par son ou ses interlocuteur(s) au cours des discussions, en interprétant leur signification compte tenu du contexte et de l'état d'avancée de la négociation, afin de repérer les points de flexibilité et de blocage de son ou ses interlocuteur(s). Traiter les objections et arguments formulés par son ou ses interlocuteur(s), en contrôlant ses affects et émotions et en développant une contre-argumentation appropriée et pertinente, afin d'éviter une situation de confrontation et préserver l'atteinte de ses objectifs. Valider des points d'accord au cours des différentes étapes de négociation, en faisant, le cas échéant, les concessions acceptables et en obtenant en retour des contreparties, afin de construire un consensus progressif et favorisant l'aboutissement du processus. Conclure le processus de négociation, en repérant le moment opportun pour parvenir à un accord et en vérifiant avec son ou ses interlocuteur(s) les différents termes discutés et convenus, afin de finaliser le marché dans des termes profitables pour les deux parties. 	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <p><i>Etude de cas ou mise en situation simulée portant sur :</i></p> <p>La conduite d'un entretien de négociation</p>	<p>La prise de contact permet de créer un climat propice à la négociation</p> <p>L'expression verbale est claire et le registre de langage adapté à la situation,</p> <p>L'attitude et l'expression non-verbale contribuent à la mise en confiance de l'interlocuteur,</p> <p>L'attitude mise en œuvre conjugue écoute active et conviction</p> <p>L'argumentaire est exprimé de façon claire, concise et convaincante</p> <p>L'attitude de l'interlocuteur est correctement décodée et les signaux favorables repérés</p> <p>Les objections formulées par l'interlocuteur sont traitées et contre-argumentées</p> <p>Les points d'accord sont validés et les concessions sont acceptables</p> <p>Les objectifs initialement définis sont atteints</p>



Sous l'égide du Conseil Régional et de l'Agefiph, notre organisme de formation a signé la charte pour l'accueil des personnes en situation de handicap.

EESC BUSINESS CAMPUS 12 - CAMPUS XII^e AVENUE
N° déclaration d'existence : 76 12 01010 12 - **SIRET :** 900 038 167 00012
Siège social : CAMPUS XII^e AVENUE Cité de l'Entreprise et de la Formation
 5 rue de Bruxelles BP 3349 12033 RODEZ Cedex 9
Site de Rodez : 5, rue de Bruxelles - **Site de Millau :** 38 boulevard de l'Ayrolle
Tél : 05 65 77 77 00 **Mail :** fpc@campus12avenue.fr **Web :** www.campus12avenue.fr

Programme de formation

<p>3/ Finalisation et évaluation de la négociation commerciale</p>	<ul style="list-style-type: none"> Collaborer à la formalisation du contrat de vente ou d'achat, en contrôlant sa conformité au regard des obligations légales et en vérifiant la présence des différentes clauses résultant des accords convenus, afin de sécuriser la transaction et de garantir l'engagement mutuel des parties prenantes. Identifier les indicateurs et critères de performance adéquats, afin de qualifier le processus de négociation mené et de mesurer son impact au regard des résultats obtenus. Evaluer le processus de négociation mené, en s'appuyant sur l'analyse de critères et indicateurs objectivés et sur l'auto-analyse de l'attitude mise en œuvre et des techniques mobilisées, afin de repérer ses points forts à capitaliser et d'identifier ses marges de progrès. 	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <p><i>Etude de cas ou situation réelle portant sur :</i></p> <p>L'analyse rétrospective et évaluative de la négociation conduite</p>	<p>Les critères et indicateurs de performance choisis permettent une évaluation objective de la négociation</p> <p>L'auto-analyse est lucide et opérée avec une prise de recul suffisante</p> <p>Les différentes étapes et moments-clés de la négociation sont identifiés</p> <p>Les points forts à capitaliser sont repérés</p> <p>Les marges d'amélioration sont correctement identifiées et qualifiées.</p> <p>réunion est préparée, les thèmes à traiter définis de même que la ou les méthodes d'animation à utiliser</p> <p>La présentation de la réunion, ses objectifs et ses modalités de fonctionnement sont clairement expliqués</p> <p>Les techniques d'animation favorisent la prise de parole et l'implication de chacun</p> <p>Les méthodes de travail proposées permettent de participer de façon constructive</p> <p>Les problèmes rencontrés sont pris en compte et gérés de façon adaptée</p>
--	---	--	--



 Sous l'égide du Conseil Régional et de l'Agefiph, notre organisme de formation a signé la charte pour l'accueil des personnes en situation de handicap.

EESC BUSINESS CAMPUS 12 - CAMPUS XII^o AVENUE
N° déclaration d'existence : 76 12 01010 12 - **SIRET :** 900 038 167 00012
Siège social : CAMPUS XII^o AVENUE Cité de l'Entreprise et de la Formation
 5 rue de Bruxelles BP 3349 12033 RODEZ Cedex 9
Site de Rodez : 5, rue de Bruxelles - **Site de Millau :** 38 boulevard de l'Ayrolle
Tél : 05 65 77 77 00 **Mail :** fpc@campus12avenue.fr **Web :** www.campus12avenue.fr