

Chapitre 2 : La préparation de la négociation.

Introduction.

La préparation à la négociation est la 1^{ère} étape d'une suite d'étapes qui constitue le plan de vente.

1. La préparation de la négociation.
2. La prise de contact.
3. La découverte.
4. L'argumentation.
5. Le traitement des objections.
6. La conclusion et la prise de congé.
7. Le suivi de la négociation.

I) Analyser la situation.

Faire des recherches sur son client ou son prospect.

- **Fiche d'identité** : nom, adresse, téléphone, mail, site internet, activité ...
- **Chiffres clés** : CA, résultat, ratios financiers, comparaison sectorielle.
- **Evaluation du risque** : Score de défaillance, score de solvabilité, évolution juridiques ...

II) Connaître ses produits.

Connaître les différentes caractéristiques de ses produits :

- Caractéristiques techniques du produit.
- Caractéristiques commerciales (livraison, tarifs, remises, garanties ou services associés).

Connaître les avantages qu'apportent au client les différentes caractéristiques.

Connaître les éléments forts de différenciation avec les concurrents.

III) Connaître son environnement.

- Son entreprise : sa culture, sa politique commerciale, ses objectifs, sa stratégie ...
- Le marché : concurrents, évolution du marché ...
- Le contexte de la négociation : contexte culturel, socio-économique, politique ...

IV) Faire une veille informationnelle.

- La presse : lire la presse spécialisée.
- Internet : consulter régulièrement les sites internet des prospects, clients ou concurrents.
- Les réseaux : Les associations, les groupements d'entreprises.

V) Se fixer des objectifs.

- Se fixer des objectifs quantitatifs : quantité, prix, CA, marge de manœuvre ...
- Se fixer des objectifs qualitatifs : On retiendra les 5 « C ».

- Contacter : prendre rendez-vous, se présenter.
- Connaitre : découvrir l'entreprise, ses besoins, le décideur.
- Convaincre : argumenter.
- Conclure : la vente.
- Consolider : assurer le suivi et fidéliser.

VI) Préparer ses outils d'aide à la vente.

1. Fiche pays.

Rassembler les données socioéconomiques et culturelles sur le pays concerné.

2. Carte de visite.

Personnaliser la relation, installer une confiance.

3. Argumentaire SONCASE.

Présenter les avantages du produit en fonction du profil du client.

4. Conditions de vente et calculatrice.

Respecter les contraintes légales, négocier les conditions commerciales, calculer les prix.

5. Bon de commande et contrat.

Matérialiser les termes de l'accord.

6. Agenda.

Prendre rendez-vous, déterminer une date de livraison.

7. Plaquette, documentation et support vidéo.

Montrer l'entreprise, le produit, apporter des preuves. Laisser une trace de l'entretien.

8. Échantillons.

Montrer le produit ou les matériaux.

9. La fiche client ou prospect.

Garder une mémoire de l'entretien, organiser le suivi.

VII) Se préparer.

- **Mentalement** : être à l'écoute, garder à l'esprit son objectif, être déterminé et concentré.
- **Physiquement** : penser à donner une image positive à votre interlocuteur.
- **Matériellement** : avoir préparé et organisé ses outils d'aide à la vente.