

FOCUS CO
Le site de la fonction commerciale

Rechercher : 833 articles

Accueil | Actualités | Evolution et Progression personnelle | Recrutement | Librairie | Vidéos
Juridique | Motivation et Performance des équipes | Prospection et Fidélisation des clients | Formations

Commandez GRATUITEMENT les annuaires Focus CO !
cliquez ici

Motivation et performance des équipes

- Former les commerciaux
- Rémunérer les commerciaux
- Motiver ses équipes
- Outils de suivi
- Incentives
- Equiper ses forces de vente

Recruter des commerciaux

- Où les recruter ?
- Grandes écoles et universités
- Techniques de recrutement

Evolution et progression personnelle

- Développer ses compétences
- Négocier son salaire et les avantages
- Evoluer professionnellement

Prospection et fidélisation des clients

- Prospection
- Fidélisation

Questions juridiques

Librairie

Trouver une formation

Vidéos

Contactez nous

Partenaires

Former les commerciaux
publié le 16/02/2009

Envoyer cet article à un ami

L'art de la négociation



Etre un bon vendeur ne signifie pas automatiquement être un bon négociateur. Savoir négocier fait appel à des aptitudes particulières. Quelques pistes pour savoir si vos commerciaux sont aussi de bons négociateurs.

« *Contrairement à ce que l'on pourrait croire, les commerciaux ne sont généralement pas de bons négociateurs*, affirme Christine Morlet, experte de la fonction commerciale et fondatrice du réseau www.formation-negociation.com. *On plébiscite le bon vendeur pour son pouvoir de conviction, or un bon négociateur est tout sauf un "persuadeur" !* »

Il existe trois types de vente, la vente transactionnelle, la vente à valeur ajoutée et la vente stratégique. Si dans la vente transactionnelle, la négociation intervient peu, dans les deux autres, le commercial doit effectuer un va-et-vient constant entre vendre et négocier. Sa difficulté va être de déterminer quand sortir de la persuasion pour entrer dans la négociation. En fait, « *la négociation commence quand la vente ne suffit plus* ».

Etre à l'écoute

« *Tout comme un bon vendeur, un bon négociateur est une personne à l'écoute. Il sait identifier l'intérêt de son interlocuteur et poser des questions ouvertes, afin d'entrer rapidement dans l'échange* », indique l'experte qui enseigne également au Master de Négociation internationale de l'Université de Provence et à l'IEP d'Aix-en-Provence. Il doit donc identifier les préférences cognitives de la personne avec qui il négocie afin de lui présenter les arguments appropriés. Pour cela, il doit au préalable appréhender son profil cognitif personnel puis celui de ses interlocuteurs.

Selon les recherches de Ned Hermann, dans les années 80, chaque personne possède en lui quatre "moi". Le moi rationnel va s'attacher aux explications techniques. Le moi prudent, lui, met l'accent sur la fiabilité et la sécurité. Le moi ressentit va être plus sensible aux arguments de confort. Enfin, le moi expérimental sera attentif à la dimension de défi. Le bon vendeur va savoir parler à ces quatre dimensions cognitives et donc, va savoir s'adapter au langage de la personne qu'il a en face de lui.

Quelques conseils pour négocier

« *Il est indispensable de bien se préparer, explique Christine Morlet. La vraie difficulté du vendeur est qu'il se focalise le plus souvent sur la résolution du problème avant même d'avoir précisément identifié toutes les variables de la négociation en dehors du prix.* » D'où l'importance des questions ouvertes et de l'écoute. Ne pas hésiter à reformuler pour être sûr que l'on a bien tout saisi. Tout cela permet de créer un climat propice à la discussion et à la négociation.

Par ailleurs, pour négocier, il est impératif d'avoir un intérêt. Or, le vendeur sous-estime souvent l'intérêt de l'acheteur à négocier, et la sanction éventuelle pour l'acheteur s'il ne trouve pas d'accord. « *Négocier, c'est donner à l'autre ce qu'il souhaite, pour obtenir ce qui est important pour moi en contrepartie. Or, les vendeurs donnent souvent aux acheteurs ce qu'ils veulent aux conditions de l'acheteur sans autre contrepartie que la signature du contrat... ce qui est loin de créer la valeur ajoutée attendue par leur entreprise* », insiste Christine Morlet.

Anticiper le coût d'un désaccord

Dans cette optique, il est essentiel de mesurer et d'anticiper le coût d'un désaccord, pour toutes les parties en négociation. Les commerciaux doivent avoir conscience que pour prendre le leadership de la négociation, il est primordial d'être le premier à faire une proposition. « *En conclusion, être un bon négociateur c'est sortir d'une logique d'affrontement pour entrer dans une logique d'échange, et ceci dès les premiers instants de la négociation* », précise l'enseignante.

Agnès Delavault

Credit photo : © Dmitri Mikitenko / Fotolia

Sélection formations

- Animer efficacement votre réseau de distributeurs
- S'affirmer et résister face aux négociateurs difficiles
- Perfectionnement aux techniques de vente
- Entraînement intensif à l'entretien de vente

Vidéos



Cultivez vos commerciaux

Toutes les vidéos

Dans la même rubrique

- Rédiger un manuel d'aide à la vente : que doit-il contenir ?
- L'art de la négociation
- Vente BtoC : un retour aux basiques
- L'objection "crise", vrai ou faux argument ?
- Travailler le non-verbal pour mieux vendre : tout ce qui peut être fait sans être dit
- Le closing, une question de timing
- Cultivez vos commerciaux
- Organisme de formation : les clés pour faire le bon choix
- Stages en gestion de la relation client : qu'y apprend-on vraiment ?
- Chaque commercial doit trouver sa voix
- Quelles compétences doivent développer les commerciaux pour demain ?
- « C'est le terrain qui dicte les besoins »
- Ce qui se vend bien se connaît bien...
- Formation commerciale : l'efficacité dans la régularité
- La "minute coach" : vendre à Sarkozy

Recevez gratuitement les meilleures offres

Retour la liste de news [RETOUR](#)

Reproduction et diffusion interdite © Focus CO 2009
Focus CO est un site du groupe [Vocatis](#)