

NÉGOCIATIONS COMMERCIALES DANS LE BTP

Maîtriser les clés de la réussite dans vos négociations

2 JOURS, 14 HEURES

SOFT SKILLS SPÉCIAL
BTP

CODE :
MTC132

Objectifs de la formation

Appréhender les différentes phases d'une négociation commerciale en B to B

Distinguer les étapes de la négociation

Identifier les leviers pour réussir les négociations commerciales

Utiliser les techniques de communication pour influencer positivement l'autre partie

Savoir gérer les conflits et objections courantes lors des négociations

Parmi nos formateurs

- FERREIRA Jean-Hugues
Consultant formateur ,

Public concernés

- Architecte ; Chef de projet ; Ingénieur ; Technicien ; Artisan ; Conducteur de travaux ; chef de chantier principal
- Tous les professionnels du secteur de la construction souhaitant développer leurs compétences de négociation avec clients

Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

Tarifs

- Tarif Session en classe virtuelle : 1 595,00 €HT
- Tarif session en présentiel : 1 695,00 €HT

Vous Souhaitez maîtriser l'art de la négociation et booster votre succès dans le secteur de la construction ?

Dans un domaine où chaque accord compte, les professionnels du bâtiment se retrouvent constamment confrontés à des défis de taille : des délais serrés, des budgets limités et une concurrence acharnée. Comment se démarquer et remporter les négociations commerciales cruciales ?

Découvrez notre formation exclusive qui vous dévoilera les secrets d'une négociation réussie dans le monde de la construction. Avec des outils puissants et des techniques stratégiques, vous apprendrez à maîtriser l'art de la communication, à gérer les objections avec brio et à convaincre vos interlocuteurs !

Explorer la spécificité commerciale et le contexte B to B associé au bâtiment

- Cerner la spécificité commerciale du secteur BTP : nature des produits, matériaux et services dans le BTP ; la diversité des parties prenantes impliquées (promoteurs immobiliers, entreprises de construction, fournisseurs, architectes et ingénieurs ...)
- Découvrir le contexte B to B associé au bâtiment : relations commerciales entre entreprises ; attentes, exigences, priorités ; considérations commerciales importantes liées à ce contexte

ATELIER Brainstorming : Quels sont les aspects spécifiques des négociations commerciales dans le secteur du bâtiment ? Quels sont les principaux aspects du contexte B to B au secteur BTP ?

- Les stagiaires vont explorer les idées en les notant sur des post-it et réaliseront un méta plan

ATELIER Les participants identifient les enjeux majeurs et secondaires pour chaque partie prenante et déterminent les points de vigilance potentiels

Maîtriser la phase « préparation » de la négociation : les éléments clés liés à l'environnement client

- Identifier les éléments à rechercher : les informations nécessaires sur le client, sur le marché et connaître son offre et celle de ses concurrents.
- Cerner l'organisation et le processus de décision du client
- Appréhender les techniques d'achat des acheteurs du BTP et leur processus d'achat
- Anticiper les différents comportements des acheteurs : leur motivation, leurs points forts, leurs points faibles, et valoriser ses atouts concurrentiels pour se démarquer de la concurrence
- Définir ses objectifs de négociation
- Identifier ses leviers de négociation et les éventuelles concessions possibles
- Analyser les décideurs et utiliser le sociogramme pour cartographier les relations

ATELIER Analyse d'une situation en vue de la préparation de la négociation

- Les stagiaires extraient les informations essentielles concernant le client, identifient les décideurs clés et étudient leurs comportements

Préparer l'argumentaire pour mieux mener la négociation

- L'argumentation et la persuasion : différences entre les trois concepts de la rhétorique - le logos, l'ethos, le pathos
- Méthode CAB : Construire un argumentaire orienté bénéfices Client.
- Préparer les arguments et les leviers à utiliser, les différents scénarios de vente et d'achats possibles
- Adapter son offre produits et/ou services et son argumentaire aux différents profils de clients
- Élaborer différents scénarios en fonction des attentes des acheteurs pour valoriser ses prix

ATELIER Etude de cas basée sur les projets et les expériences de chaque stagiaire, où les stagiaires vont construire un argumentaire CAB puis développer les réponses aux pièges des acheteurs

Appliquer les techniques de communication persuasive et influente

- L'art de l'écoute active : les besoins et les motivations de son interlocuteur ; les interactions de communication
- Maîtriser les techniques de questionnement et de reformulation

- Comment communiquer de manière empathique ?
 - Développer l'assertivité pour influencer efficacement
 - Développer les bonnes postures pour s'adapter à son interlocuteur
 - Travailler sa force de conviction : être convaincant et valoriser sa propre image
-

ATELIER Autodiagnostic sur son niveau d'assertivité avec un questionnaire spécifique

MISE EN SITUATION A partir des situations de communication spécifiques au secteur du bâtiment (avec un promoteur immobilier ou un architecte, en réunion de chantier etc.), les participants expérimentent les différentes techniques de communication puis débriefing en groupe

Conduire efficacement l'entretien de négociation

- Prise de contact et première impression : être préparé avec une connaissance approfondie des besoins et attentes du client
 - Utiliser la reformulation pour assurer une compréhension mutuelle et avancer dans la conversation
 - Mener efficacement l'entretien de négociation, en s'appuyant sur les différents scénarii préparés
 - Appréhender les techniques de négociation éprouvées
-

MISE EN SITUATION Simulation d'un entretien de négociation concernant les conditions d'un projet de construction avec un client

Savoir traiter les objections vis-à-vis des réclamations

- Le profil du "réclamant" : décrypter ses caractéristiques et motivations
 - Découvrir les différents types de l'objection et les techniques de réponses
 - La négociation, savoir dire non
 - Savoir gérer l'agressivité et les situations délicates avec la méthode DESC
 - Utiliser les incidents et réclamations dans une optique de progrès et d'amélioration
 - Explorer les problèmes prévisibles avec les clients liés aux délais, aux réserves et aux désordres sur le chantier
-

ATELIER REX et échanges sur des cas réels de clients. En groupe, créer une carte mentale des différents profils de réclamants selon leur typologie client

EXERCICE Mise en situation « je n'ai pas de solution technique ou commerciale » pour développer des alternatives clients dans des cas extrêmes

Optimiser la conclusion de la négociation – techniques et timing

- Savoir présenter son offre de prix
 - Détecter les signaux d'accord pour identifier le bon moment pour conclure
 - Maîtriser les différentes méthodes pour conclure efficacement une négociation tout en maîtrisant le temps
 - Investir sur la suite de l'entretien pour établir un partenariat durable
-

MISE EN SITUATION Les stagiaires vont finaliser une négociation : prix et conditions complémentaires (garantie, délais, matériaux, pénalité de retard etc.,)

Négociation en ventes complexes multi interlocuteurs

- La relation en nœud de papillon : explorer les relations interconnectées entre les différents acteurs dans une vente complexe
- La relation en avance rapide : construire des relations solides plus rapidement
- La relation en bobine de fil : adopter une approche durable
- La relation en diamant : découvrir les différentes dimensions des relations dans une vente complexe

ATELIER Etude de cas décryptée par le formateur portant sur la négociation d'un appel d'offres de travaux allotis, incluant fourniture et pose pour un chantier

Évaluation des acquis de la formation

Dates

Paris	Classe virtuelle	Lyon
18-19/06/2024	18-19/06/2024	12-13/11/2024
17-18/09/2024		

Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

■ Modalités pédagogiques:

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

■ Modalités d'évaluation:

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

■ Modalités techniques FOAD:

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistiqueformations@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.