

Negotiation - Sale

EM4N4M02B1

Programme

PGE
PGE 2A - Marketing & Relation client

UE

Négociation - Vente

Semestre

B

Discipline

Management commercial / Negotiation

Volume horaire

20 H

Nombre de places

40

ECTS

5

Ouvert aux visiteurs

Oui

Langue



Liste des intervenants

Intervenant(s)	Email	Volume horaire CM
Vincent RORTAIS	vincent.rortais@em-strasbourg.eu	20 h

Contribution pédagogique du cours au programme

Développer des compétences managériales de niveau avancé se traduisant par un leadership responsable

Co-build a managerial and organizational culture through collaborations and team projects
Co-construire par des collaborations et des projets d'équipes une culture managériale et organisationnelle

Effectively argue his ideas orally and in writing with a professional posture
Argumenter efficacement ses idées à l'oral et à l'écrit par une posture professionnelle

Adopt a responsible leadership posture by being an actor in its own development and that of its teams
Adopter une posture de leadership responsable en étant acteur de son propre développement et de celui de ses équipes

Mettre en place un management responsable par des pratiques reflétant les valeurs d'éthique, de diversité et de développement durable

Critically assess issues related to diversity, ethics and sustainability in the context of their professional practice
Evaluer de manière critique les problématiques liées à la diversité, à l'éthique et au développement durable dans le contexte de sa pratique professionnelle

Descriptif

Le cours permet aux étudiants de se mettre en situation de vendre des solutions novatrices à des clients (personnes physiques ou morales) qui ont une demande de changement de vie sans en avoir la réponse. Le cours propose de découvrir de de s'approprier des leviers de la vente inductive pour préparer et réussir vos entretiens, c'est à dire les introduire, les conduire et les conclure avec expertise et autorité dans un climat de confiance mutuelle.

Organisation pédagogique

Face à face

- Travaux dirigés

En groupe

- Exercices
- Etudes de cas / textes

Interactivité

Aucun élément de cette liste n'a été coché.

Autres

Aucun élément de cette liste n'a été coché.

Objectifs pédagogiques

Domaine cognitif

A l'issue du cours, l'étudiant(e) devrait être capable de / d'...

- - (niv. 1) **acquérir** les fondamentaux de la démarche commerciale et de les appliquer
 - - (niv. 2) **caractériser** sa personnalité en situation de vente.
 - - (niv. 5) **argumenter** avec confiance et conviction
 - - (niv. 5) **conclure** une vente et engager un client
-

Domaine affectif

A l'issue du cours, l'étudiant(e) devrait être capable de / d'...

Aucun domaine affectif n'a pour le moment été associé à ce cours

Plan / Sommaire

1. Les ressorts de la vente

- qu'est ce que vendre ?
- cycle d'achat et stratégie commerciale
- qu'entend-on par "avoir un bon relationnel"?
- que valorise le plus un client ?
- * Balance des valeurs
- * 3 facteurs de valeur ajoutée
- * Motivations d'achat (SONCAS)
- comportements adaptés pour réussir sa vente
- * empathie
- *projection
- * écoute active

2. Préparer et introduire son entretien de vente

- évaluer sa personnalité en situation de vente
- adopter le comportement adapté en entretien de vente
- en amont de l'entretien
- *s'informer sur l'écosystème du client
- *identifier les besoins et les pain points probables

- *identifier les enjeux du client et ses demandes de solution
- *identifier ceux qui ont la responsabilité de réussir ces enjeux
- *préparer un pitch d'entreprise

3. L'entretien de découverte

- connaître et maîtriser les principes de communication
- respecter les temps de parole
- apprendre à poser des questions pour comprendre
- *questions de découverte (faire parler)
- *questions de validation (vérifier la compréhension)
- appliquer le modèle KISS (Keep-Improve-Stop-Start)
- savoir reformuler les informations
- savoir organiser son questionnement
- besoins implicites et explicites : une nuance essentielle

4. L'entretien d'investigation en vente proactive

travail préparatoire individuel. Modèle SPIN (Situation-Problème-Implication-Need Pay off

5. Entraînement au SPIN Selling-cas de vente client en face à face;

6.L'argumentation et closing de la vente

Soncas-

Présentation et soutenance de l'offre

Prérequis nécessaires

Connaissances en / Notions clés à maîtriser

/

Supports pédagogiques

Outils obligatoires pour le cours

Aucun élément de cette liste n'a été coché.

Documents tous formats

Aucun élément de cette liste n'a été coché.

Plateformes Moodle

Aucun élément de cette liste n'a été coché.

Logiciels

Aucun élément de cette liste n'a été coché.

Autres plateformes électroniques

Aucun élément de cette liste n'a été coché.

Bibliographie recommandée

Ouvrages principaux

Marc Corcos, Stéphane Mercier (2016) Les techniques de vente... qui font vendre - 6e édition.

Erick Leroux, Emmanuel Chouraqui (2016) Négociation commerciale De la théorie à la pratique, Vuibert

Littérature complémentaire

Aucun ouvrage n'a été renseigné.

Travaux de recherche de l'EM : Veillez à mobiliser au moins une ressource

Peuvent être renseignés les manuels coordonnés, les traductions de manuel, les études de cas traduites etc...

Isabelle Barth, Lionel Bobot (2010) Penser la négociation commerciale Dans Négociations 2010/1 (n° 13), pages 5 à 22

Modalités d'évaluation

Liste des modalités d'évaluation

Aucune modalité d'évaluation n'a pour le moment été attribuée à ce cours.