

Communication et Négociation

Les personnes concernées :

Dirigeants, responsables de magasins. Toutes personnes travaillant au contact d'autres personnes et pouvant être amenées à devoir gérer des situations difficiles.

Pré-requis :**Les Objectifs :**

Etre capable de gérer la relation client dans sa globalité, de la prospection jusqu'à la fidélisation.
Etre capable de créer et développer une relation clientèle grâce à la négociation, à la vente et la création durable de valeurs dans la relation client.

Permettre aux salariés de :

Anticiper et désamorcer les tensions

Comprendre et écouter l'interlocuteur

Négocier pour sortir des conflits

La conduite à tenir

Gérer ses propres émotions

Du comportement et attitudes à adopter

De la communication

Durée et horaires de la formation :**Nombre de participants par session :**

Minimum : 1

Maximum : 8

Date de la formation :**Lieu de la formation :**

Coût de la formation :

Nous contacter.

Méthodes et moyens pédagogiques :

Animation interactive, langage adapté aux interlocuteurs, échanges d'expériences mises en situation, jeux de rôle. Les moyens sont classiques, retro projecteur, vidéo projecteur, paperboard, support de cours en fin de stage. Matériel adapté à la formation

Dispositions d'accessibilité :

En cas de situation de handicap, veuillez nous consulter pour étudier ensemble la faisabilité et l'adaptation de l'action de formation.

Intervenant :

Formateur en communication expérimenté auprès des organismes de formation.

Suivi et évaluation

Tests d'évaluation sous forme de QCM. Tests d'évaluation sous forme pratique.

COMMUNICATION – NEGOCIATION **44 HEURES**

PROGRAMME :

Introduction de la communication :

- Les concepts et leur évolution
- Les disciplines concernées
- Les courants de pensée

La communication dans la relation professionnelle

Les acteurs de la communication :

- La connaissance de soi bilan personnel et comportemental, présentation de soi, développement de son potentiel.
- La prise en compte de l'autre diagnostic sociologique et psychologique.
- Statuts et rôle
- Formes de communication (formelle, informelle)
- Types de relations
- Communication professionnelle : règles et outils

L'impact environnement social :

- Espace social
- Groupes sociaux

Efficacité relationnelle :

- Postures à adopter
- Communication persuasive : facteurs socioculturels et psychologiques
- Techniques d'influence positive : assertivité, PNL, analyse transactionnelle, gestion du stress

Les fondamentaux de la négociation commerciale

Diagnostic de la situation de négociation :

- Les acteurs
- Enjeux et objectifs
- Marge de manœuvre

Stratégie et technique de négociation :

- Stratégie distributive, intégrative, compromis, résolution du conflit
- Questionnement, argumentation.

Outils :

- D'aide à la vente
- De la concrétisation de l'accord