

BTS NDRC - BLOC 1 Négociation-Vente (E4)

BLOC 1 : RELATION CLIENT ET NÉGOCIATION-VENTE (E4)

Ce bloc enseigne les techniques de prospection, de découverte client, d'argumentation commerciale et de conclusion de vente.

L'ENTRETIEN DE VENTE

I. La préparation de l'entretien

Les 3 avantages de la préparation : sécurité dans l'action, flexibilité du contact, assurance dans la négociation.

- Fixer des objectifs SMART : Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réutilisables, Temporisés
- 3 niveaux d'objectifs : haut, médian, de repli
- Préparer les OAV : plan de découverte, argumentaire CAP, traitement des objections, matrice des objectifs

II. La prise de contact

La règle des 4x20 détermine un bon ou mauvais ressenti :

- 20 premières secondes
- 20 premiers pas et gestes
- 20 cm du visage (regard + sourire)
- 20 premiers mots

III. La phase de découverte

Méthode SONCAS(E) - Sources de motivation du client :

- S : Sécurité - O : Orgueil - N : Nouveauté
- C : Confort - A : Argent - S : Sympathie - E : Environnement

Types de questions : ouvertes (QQOQCCP), fermées, de sondage, alternatives, cafétéria/QCM

IV. La synthèse de situation

Verrouiller l'accord du client sur la problématique à traiter. 5 étapes : introduction, rappel contexte, expression besoins, annonce bénéfice, obtention accord.

V. L'argumentation - Méthode CAP

- C : Caractéristiques - ce qu'est le produit

- A : Avantages - ce que procure l'offre
- P : Preuves - bénéfices spécifiques au client

Technique du sandwich pour présenter le prix : caractéristiques → prix → avantages

VI. Le traitement des objections

Objections fondées : demande d'info, de preuve, réassurance → Argumenter

Objections non fondées : moyen de défense → Contourner

- Technique de l'appui : transformer en argument
- Technique de l'écran : reporter
- Technique de l'interprétation : reformuler

VII. La négociation

Le principe des 5C : toute concession doit avoir une contrepartie validée.

Leviers : Prix, Garanties, SAV, Conditions de règlement, Délais, Formation, Suivi...

Matrice des objectifs : objectif initial élevé → objectif réel → point de rupture

VIII. La conclusion

Techniques de conclusion :

- Méthode directe : "On y va ?"
- Méthode alternative : choix entre deux options
- Méthode conditionnelle : "À condition que..."
- Méthode pénurie : "Si vous souscrivez aujourd'hui..."
- Méthode socratique : enchaînement de OUI

LES CALCULS COMMERCIAUX

Formules essentielles

- $PVHT = \text{Coût d'achat HT} + \text{Marge}$
- $PVTTC = PVHT \times (1 + TVA)$
- $\text{Taux de marque (TMQ)} = (MB \times 100) / PVHT$
- $\text{Taux de marge (TMG)} = (MB \times 100) / \text{Coût d'achat}$
- $\text{Marge Brute} = PVHT - \text{Coût d'achat HT}$

Seuil de rentabilité et Point mort

- $\text{Seuil de rentabilité} = CF / \text{taux de MCV}$
- $\text{Point mort} = (SR / CA) \times 360 \text{ jours}$
- $\text{Indice de sécurité} = ((CA - SR) / CA) \times 100$

Stocks et Linéaires

- $CMUP = (\text{stock initial valeur} + \text{entrées}) / (\text{stock initial qté} + \text{entrées qté})$
- $\text{Coefficient de rotation} = \text{Ventes} / \text{Stock moyen}$
- $\text{Linéaire développé} = \text{Linéaire au sol} \times \text{Nombre de niveaux}$