
Programme de Formation

Le prix et la négociation commerciale : transformez une contrainte en avantage stratégique

Organisation

Durée : 7 heures

Mode d'organisation : Mixte

Contenu pédagogique



Public visé

Ce module s'adresse à tout professionnel impliqué dans une démarche commerciale ou de négociation de **prestations à forte valeur ajoutée**, notamment dans des contextes concurrentiels.

Il concerne en particulier les fonctions commerciales, business développement, conseil, recrutement, ou toute activité nécessitant de défendre un positionnement tarifaire et de sécuriser les marges.



Objectifs pédagogiques

À l'issue de ce formation, les participants seront capables de **présenter, défendre et négocier un prix de manière stratégique**, en s'appuyant sur la valeur réelle de leur offre, afin d'optimiser leur marge et de renforcer leur positionnement commercial.

- Identifier et formuler la **valeur ajoutée** de leur offre pour la dissocier de la seule notion de prix.
- Structurer et **communiquer le prix** en valorisant les composantes de l'offre et les bénéfices clients.
- Traiter avec professionnalisme les **objections liées au prix** et transformer les résistances en opportunités d'échange.
- Conduire une **négociation gagnant-gagnant**, en utilisant les variables négociables et les contreparties comme leviers stratégiques.



Description

La formation permet aux participants de prendre du recul sur leur rapport au prix et d'identifier les éléments de valeur qui composent réellement leur offre. Ils apprennent à structurer un discours clair et argumenté, capable de justifier un positionnement tarifaire au-delà de la seule logique de coût ou de comparaison concurrentielle.

Le module aborde les techniques de **communication du prix**, en aidant les participants à décomposer leur offre, à mettre en avant les bénéfices clients et à renforcer la perception de valeur. Une attention particulière est portée à la posture commerciale, afin de gagner en assurance et en crédibilité lors des échanges avec les clients ou prospects.

À travers des mises en situation et des cas pratiques, les participants s'entraînent à **anticiper et traiter les objections liées au prix**. Ils développent des réflexes professionnels pour transformer les résistances et les refus en opportunités de dialogue, de clarification et de réaffirmation de la proposition de valeur.

Enfin, le module permet de structurer des **négociations équilibrées et gagnant-gagnant**, dans lesquelles le prix n'est plus la seule variable d'ajustement. Les participants apprennent à identifier les marges de manœuvre possibles, à utiliser les contreparties comme leviers et à sécuriser des accords durables, conciliant satisfaction client et rentabilité.

Contenu de la formation

1. Le prix : d'une contrainte perçue à un levier stratégique
 - Comprendre le rôle du prix dans le positionnement commercial et la perception de valeur.
 - Identifier les risques d'une approche exclusivement centrée sur le prix.
 - Repositionner le prix comme un outil de différenciation et de performance.
2. Construire et communiquer la valeur de son offre
 - Identifier les composantes tangibles et intangibles de la valeur proposée.
 - Décomposer l'offre pour rendre le prix lisible et compréhensible.
 - Structurer un discours de valeur clair, cohérent et convaincant.
3. Présenter et défendre son prix avec assurance
 - Adopter une posture commerciale crédible et professionnelle.
 - Maîtriser les techniques de présentation du prix.
 - Renforcer la confiance dans son positionnement tarifaire.
4. Traiter les objections liées au prix
 - Identifier les objections les plus fréquentes et leur véritable origine.
 - Apprendre à répondre avec méthode et assertivité.
 - Transformer les objections en opportunités d'échange et de valorisation.
5. Mener une négociation gagnant-gagnant
 - Identifier les variables négociables autres que le prix.
 - Utiliser les contreparties comme leviers de négociation.
 - Conclure des accords équilibrés et durables, préservant la relation client et la rentabilité.



Prérequis

Aucun prérequis technique n'est exigé.

Une pratique professionnelle impliquant des échanges commerciaux, de la négociation ou de la relation client est recommandée.



Modalités pédagogiques

- Apports formateur.
- Réflexions collectives et individuelles.
- Ateliers et/ou cas pratiques et/ou mises en situation.



Moyens et supports pédagogiques

- Des formateurs expérimentés et passionnés.
- Supports de formation et/ou fiches pédagogiques.



Modalités d'évaluation et de suivi

- Diagnostique individuel.
- Débriefing des mises en situation.
- Questionnement et/ou Quizz.
- Auto-positionnement pré et post-formation.
- Evaluation de la satisfaction et remise d'une attestation de réalisation en fin de formation.



Informations sur l'accessibilité

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap.