

VOLVO



LES 6 C DU SAV VOLVO TRUCKS

SUR LE PARCOURS DE L'EXCELLENCE





# CONCLURE

## POUR CONCLURE : GARDEZ L'AVANTAGE

› Dans **l'après-vente**, les affaires sont nombreuses et vous aurez bien souvent moins de 72 heures pour concrétiser l'une d'entre elles.

› Dans ces conditions, mieux vaut garder la tête froide : négociez en début d'année un volume d'activité avec vos clients (exemple : mise en place de protocoles après-vente), notamment ceux qui font partie de votre **cœur de cible**. Les clients ainsi fidélisés, vous développerez votre chiffre d'affaires et pourrez vous concentrer sur de nouvelles pistes.



#5\_CONCLURE







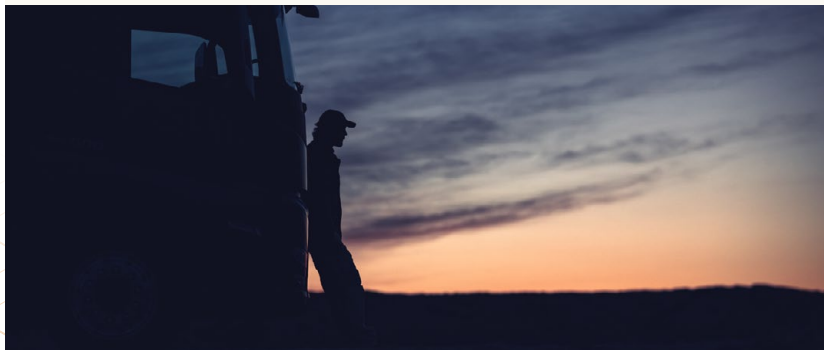
## A. Avant la négociation

### 1 | Se préparer avec méthode

**Votre interlocuteur connaît votre argumentation sur le bout des doigts ? Au cours de la reformulation de votre offre, redéfinissez avec lui ses composantes techniques afin d'obtenir son approbation totale. C'est précisément le moment où la question du prix devrait surgir : il est à présent temps de commencer l'étape de négociation en position de force.**





**Pour réussir votre négociation, vous devez la préparer :**

-  Appuyez-vous sur les différents éléments recueillis dans les phases amont (Connaître et Convaincre).
-  Attribuez à chacun des produits et services demandés par votre client un prix de départ et la marge de manœuvre que vous vous fixez pour chacun de ces prix.





### Pour réussir votre négociation et parvenir à signer avec votre client, vous devez :

-  Connaître et proposer une offre packagée de services.
-  Faire prendre conscience à votre client de la pertinence de votre offre par rapport à ses besoins.
-  Connaître le contenu et le prix des offres de vos concurrents.
-  Anticiper d'éventuels ajustements afin de répondre aux contraintes prix-budget de votre client.

### > Rappelez-vous :

**Plus votre prestation intéresse votre client, plus il sera prêt à faire des compromis ! Pour bien argumenter, ayez une connaissance approfondie du métier de votre client comme des produits et services que vous vendez.**

**Anticipez les remarques liées aux offres de la concurrence.**





## 2 | Se fixer des limites à ne pas franchir

Vous devez impérativement **protéger votre marge**.

Ce qui signifie que vous ne devez pas vendre à n'importe quel prix votre offre de produits et services.

Avant toute négociation, **vous devez vous fixer des limites à ne pas franchir**. Si ces limites sont atteintes en cours de discussion, alors arrêtez la négociation. Sans quoi vous allez y perdre.

Par ailleurs, si votre client est vraiment convaincu et intéressé par votre offre, il se montrera conciliant en maintenant la discussion ouverte.

### B. Pendant la négociation

#### 1 | Quand commence une négociation ?

La phase de négociation commence lorsque votre client a validé l'offre « technique » (pièces de rechange et services) et qu'il évoque la question du prix.

**C'est seulement à cet instant que la négociation débute.**






## 2 | L'annonce du prix de départ

**Votre façon d'annoncer le prix de départ de la négociation est cruciale :**

- > N'énoncez jamais un prix sec. Accompagnez-le toujours par les bénéfices-clients de votre offre, ceux que justement votre client a admis lui-même en validant l'offre technique.
- > N'annoncez surtout pas le prix limite que vous vous êtes fixé. Si vous dévoilez tous vos arguments dès le début, vous ne pourrez plus négocier.

**Affinez votre stratégie et vous prendrez alors définitivement l'avantage. Restez concentré. En toute circonstance, gardez votre sang froid, sachez évaluer les risques d'un échec de la vente, pour vous comme pour votre client.**

 **N'oubliez pas : négocier le prix de vente d'un produit ou d'un service, c'est défendre votre marge et votre crédibilité.**

### > Rappelez-vous :

**Tout au long de la négociation, vous devrez argumenter à plusieurs reprises sur les forces de votre proposition et être prêt à répondre à de nouvelles objections. Une promotion commerciale est un atout commercial, mais il s'agit déjà d'un acte de négociation car le prix est annoncé.**





### 3 | La place du mental

La réussite d'une négociation tient plus à un jeu psychologique et à la maîtrise de soi qu'à un simple exercice de techniques commerciales.



**Négocier, argumenter et répondre aux objections avec intelligence impliquent d'être en mesure de décrypter l'état d'esprit de son client. À quel moment bluffe-t-il ? Quelles sont ses limites ?**



**Ne laissez pas le silence s'installer suite à une objection :** c'est laisser la place au doute. Or, l'objectif est de conclure. En revanche, lorsque vous vous trouvez au seuil d'une limite à ne pas franchir, le silence peut exprimer une fermeté et faire adhérer le client au prix que vous avez annoncé.



**Une implication maximum du client est un très bon signe.** Plus son investissement est important dans l'échange, plus grand est son désir de voir aboutir la négociation et plus grande est sa capacité à faire des concessions pour obtenir un accord.



**Sachez prendre le temps de découvrir ses positions graduellement, c'est essentiel.**



**Dès le début de la négociation, traitez les termes sur lesquels vous pouvez apporter une satisfaction au client.** Vous le rendrez ainsi plus réceptif. Il sera alors plus facile de négocier sur les points critiques susceptibles d'entraîner un blocage.



## 4 | La stratégie des concessions

Pour aboutir et conclure, vous devrez trouver un accord satisfaisant pour les deux parties. Ce qui implique des concessions des deux côtés :

- Tentez d'obtenir des **accords partiels** tout au long de la négociation.
- Ne vous sentez pas obligé de « couper la poire en deux ».
- Ne concédez du terrain à votre interlocuteur qu'au compte-goutte et, si possible, **en diminuant la valeur des concessions au fur et à mesure**. Une concession de votre part doit en engendrer une de la part de votre client (par le volume de vente par exemple : 100€ pour 5 pièces = 95€ pour 8 et 90€ pour 12. etc.).
- Il vaut toujours mieux commencer par dire deux fois non, avant de dire oui.
- Pensez à la **stratégie de la progressivité** : votre client sera plus enclin à faire des concessions importantes lorsqu'il en aura fait de plus petites au préalable.
- Pour un client n'ayant pas fait le deuil du prix d'un concurrent, il est préférable de jouer sur le **service qu'il attend le plus** pour l'aider à accepter une différence de prix.
- **Justifiez vos choix** : une concession obtenue ou accordée doit toujours apparaître comme le résultat d'un échange.

### > Rappelez-vous :

Sachez déterminer, dès le début de la phase de négociation, le prix plancher de votre offre.





## 5 | Une négociation a plusieurs axes

**Une bonne négociation n'a jamais un seul et unique axe. Elle ne se limite pas, par exemple à la question du prix.**

Au contraire, elle peut et doit toujours porter sur des **points complémentaires au prix** : le conseil technique de nos équipes, la parfaite connaissance de nos produits et services, le délai de livraison, l'échelonnement de la livraison, le suivi de stock, la mise en place de stock dépôt chez le client.

**Diversifier ainsi les axes d'une négociation** permet, au final, d'obtenir davantage sur un enjeu prioritaire pour vous en cédant sur un sujet plus secondaire.

**Exemple :**

**« Dans le cadre de notre négociation globale, je ne baisse pas le prix, mais je vous livre en 4 fois sur l'année. Cela diminuera le volume de votre stock et la facturation se fera 30 jours après chaque livraison ».**

**Pour chaque sujet en jeu, il faut savoir distinguer différents degrés :**

- ce que je ne peux pas accepter
- ce que je peux accepter au minimum
- ce que je peux espérer
- ce que je peux demander
- ce que je ne peux pas demander










## C. Conclure l'argumentaire

Quand votre argumentaire touche à sa fin, vient le moment de sceller l'accord. Comme tout bon négociateur, vous devez transformer le dialogue en engagement clair et partagé. Cette phase demande tact, écoute et précision : c'est ici que l'art de conclure prend tout son sens.

### 1 | Conclure dans une logique gagnant / gagnant

Une négociation réussie se termine toujours sur un terrain d'entente équilibré, un engagement fort entre vous et votre client :

-  > remerciez-le pour la qualité de l'échange et la confiance accordée tout au long de la discussion,
-  > valorisez-le en le confortant dans sa décision d'achat, qui doit correspondre à ses besoins et à ceux de son entreprise ;
-  > sachez faire preuve d'humilité au moment de la signature. Il ne s'agit pas de gagner un combat, mais d'entamer un partenariat durable,
-  > convenez rapidement d'une prochaine rencontre ;
-  > détendez-le, ouvrez la conversation sur l'avenir et sur d'autres sujets.





## 2 | Matérialiser l'accord

Une commande doit être rédigée par vos soins à partir de vos **outils après-vente** (proforma de commande, etc.). Sinon, un devis atelier doit être remis. Votre client vous demandera de compléter la commande si besoin.

Dès l'accord, fixez un rendez-vous ou mettez en place un suivi par téléphone, SMS, mail, afin de suivre votre dossier de commande (prise de rendez-vous avec l'atelier).

## 3 | Assurer le suivi de commande

Lorsqu'une date de livraison a été fixée, vous devez tout mettre en œuvre pour que la commande soit remise à la date ou dans le **délai contractuel** que vous avez déterminé avec votre client pendant la négociation.

**Conclure, c'est aussi honorer l'accord jusqu'à sa dernière ligne. Car c'est ainsi que naissent les relations de confiance durables.**



# RECAP'



## PRÉPARER LA NÉGOCIATION

Anticiper pour garder l'avantage.

- Définir prix de départ & limites à ne pas franchir
- Connaître l'offre, la concurrence et les besoins réels
- Identifier les marges de manœuvre et options packagées



## GARDER LE CONTRÔLE

La négociation est aussi mentale.

- Argumenter sans dévoiler le prix limite
- Lire l'état d'esprit du client, détecter le bluff
- Gérer silence, rythme et objections
- Obtenir des accords partiels pour avancer



## OUTILS À DISPOSITION

Ne jamais négocier uniquement le prix.

- Jouer sur délais, livraisons, services, stock, suivi
- Donner peu, progressivement, et toujours contre une concession
- Protéger la marge en priorisant les axes secondaires



## CONCLURE DANS UNE LOGIQUE GAGNANT / GAGNANT

Transformer l'échange en engagement clair.

- Valoriser la décision du client
- Fixer immédiatement la prochaine étape
- Formaliser la commande & organiser le suivi
- Respecter les engagements pour installer la confiance durable



## NEXT STEP



## CONCLURE

