

Séminaire

Fixer le juste prix et savoir le défendre

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- **appréhender la dynamique des prix de marché et les raisons des écarts entre les prix cotés par différents fournisseurs**
- **suggérer les niveaux de prix appropriés en fonction de la stratégie de l'entreprise et de la situation concurrentielle**
- **défendre leur prix, leur marge.**

A qui s'adresse ce séminaire ?

Tous les membres des équipes commerciales des plus débutants aux plus chevronnés.

Durée : 2 jours

Renseignements :

Evelyne Platnic Cohen

Tel : 01 47 54 96 40

Email : contact@memento-conseil.com

Programme

Prix de vente et coûts de l'entreprise

- Les types de coûts utilisés dans l'entreprise
- Lien entre coûts et prix de vente

Qualité perçue et valeur du produit / service aux yeux des clients

- Dynamique des marchés
- Position concurrentielle de l'entreprise
- Perception de la valeur par le client : « the highest price the market can bear »

Segmentation, positionnement, stratégie de l'entreprise et prix de vente

- Rôle du prix dans le cadre de la stratégie de l'entreprise : croissance, écrémage, différenciation
- Gammes de produits / services,
- Segmentation et niches de marché

Cas pratique : argumentation du prix pendant l'entretien de vente

Approche pédagogique

Phase amont

Diagnostic de votre contexte et personnalisation de nos modules

- **prise de connaissance** et appropriation de votre vocabulaire, de votre culture d'entreprise, de vos produits
- **analyse** des documents de travail, identification des points forts et des axes de progrès
- **implication** des participants, recueil des attentes de l'ensemble des acteurs concernés
- **mise au point de supports** et d'outils pédagogiques personnalisés

Formation

Travail des axes de progrès identifiés avec des modules interactifs, autour d'une triple dimension :

- **le savoir-faire** : pour garantir de meilleures pratiques et un passage à l'acte plus facile
- **le savoir être** : pour orienter encore davantage les comportements vers la satisfaction du client
- **le mental** : pour leur permettre de cultiver leur envie au quotidien

Définition de **plans d'actions individuels** transmis au manager

Phase aval

Suivi et mesure de l'impact des formations avec Mémonto Follow up, un outil pédagogique inédit

- **mesure qualitative** : applicabilité des méthodes sur le terrain, rapidité et efficacité de la mise en place, difficultés rencontrées, ...
- **mesure quantitative** : évolution des performances de vos équipes (prises de contact, taux de conclusion, ventes additionnelles, indicateurs internes)

Mise en perspective avec le suivi des plans d'actions individuels, ...