

Mario Jean  
Coach

| La  
Négociation

## Le « No-deal »



## Objectif

Savoir ce qui serait mieux de faire ou dire si vous ne réussissez pas à obtenir ce qui était prévu.

### Oublier les plans « B »

Que ce soit en négociation en relation de travail, en affaires ou autres, les gens ont toujours le réflexe de planifier un plan « B ».

*Je vais lui dire mon prix de 3200\$, s'il veut négocier j'irai à 2900\$.*

Plan B

Moi, depuis un certain temps, je ne prépare plus de plan « B », je ME prépare et me questionne sur ce que je vais faire si je n'obtiens pas ce que je désire.

Pourquoi ?

Simplement que si vous avez un plan « B », vous vous y rendez à plus de 90% du temps. Au moindre signe de refus de la part de votre client, votre cerveau vous amènera à ce qui est le plus simple, votre plan « B ».

Faites l'essai, vous verrez.

Donc, vous avez votre produit ou service, vous savez vos coûts et votre prix pour non seulement vous payer au salaire que vous désirez, mais en plus dégager un profit en fin d'année.

Maintenant vous trouvez votre « No-deal »

# NO-DEAL

Là j'ai donné exemple relié au revenu.

Mais ton diagnostic peut-être à tous les niveaux. Exemple, tu reçois plusieurs plaintes ou retour sur tes ventes.

Ou encore, tes coûts de fonctionnement sont trop élevés. Tu manques de temps pour tout faire, il ne t'en reste plus pour en profiter...

Je suis entrepreneur, en aménagement paysager, en pavé, peu importe. Après avoir fait mes plans, je présente ma soumission et mon prix.

Si mon client n'accepte pas ce que je juge comme correct, je fais quoi ? Qu'est-ce qui arrivera et quelle serait la conséquence pour moi ?

Là, je vous entends penser; « mais qu'est-ce que ça change ? »

Et bien ça change tout.

Comme l'histoire que je vous raconte en vidéo. Étant ados nous avons de la difficulté à aborder les filles. Si nous aurions pensé de cette manière à l'époque, c'est-à-dire comprendre que le seul risque était de recevoir un « non » et que quelques minutes plus tard les « petites blessures » à l'orgueil seraient passées.

Nous en aurions eu des rencarts ;).

## Conséquences :

Le fait de savoir que de ne pas obtenir ce client à un impact X. Que ce n'est pas dommageable, à part le temps perdu, vous place dans un état de confiance en votre produit ou service, ainsi que de votre prix.

# Résultat du "No deal"

Vous ne donnerez pas l'impression de quelqu'un qui veut conclure à tout prix ou n'être qu'un vendeur parmi tant d'autres.

Ce sont les craintes, souvent celle de ne pas obtenir votre vente, qui vous font accepter des « deal » qui font en sorte que votre entreprise ne performe pas suffisamment.

Si votre service ou votre produit, ou encore la qualité et les garanties que vous offrez valent le prix que vous faites, aucune raison de négocier. Vous pouvez le faire à l'occasion si vous voulez jouer sur ce point.

Mais le faire consciemment en vous étant préparé au préalable c'est bien, mais ne franchissez pas ce que vous avez prévu.

À chaque occasion, passer en revue ce qui doit faire l'objet d'un « No deal » dans la prestation de vente que vous allez faire.

Si vous avez déjà plusieurs expériences de ventes de faites, revoyez-les en appliquant le « No deal », vous verrez les résultats différents que vous auriez pu obtenir.

# Conclusion

## Le « No deal », vous permet :

- ◇ D'êtes au top dans votre attitude;
- ◇ Au lieu d'entrer dans une valse de baisse de prix, vous présenter vos atouts;
- ◇ Vous obtenez le maximum de chaque vente;
- ◇ D'avoir une confiance maximum et elle transparait;
- ◇ D'obtenir les résultats que vous méritez.

Je sais, ça peut paraître trop beau pour être vrai.



Comme j'aime bien dire, ne me croyez pas sur parole, tester-le à quelques reprises. Ensuite, prenez le temps d'analyser ces rencontres, ces ventes.

Vous allez constater que tout s'est déroulé beaucoup mieux, que vous en ressortez avec plus de profits, surtout si vous appliquez les techniques apprises depuis le début de cette formation.

Bien hâte d'échanger avec vous sur ces résultats.

Allez, au travail!