



3 jours
Paris
5 à 10 participants

> Négocier avec les services achats

Objectifs

- Connaître les principes, techniques et outils de négociation à développer et/ou à adapter face aux acheteurs
- Optimiser la phase de négociation face aux acheteurs
- Prendre du recul sur ses pratiques opérationnelles
- Améliorer ses performances lors de négociations complexes
- Adopter le mode de fonctionnement et le comportement « ad hoc » afin de valoriser les éléments de ses offres

Programme

Se familiariser avec l'univers des acheteurs de prestations intellectuelles et de service

- Connaître la Fonction Achat (Descriptions, Définitions, Enjeux, Stratégies)
- Appréhender le métier des achats à travers le processus d'achat
- Positionner et définir la phase de la négociation

Valoriser son offre face aux acheteurs de prestations intellectuelles et de service

- Connaître les contraintes de l'acheteur de prestations
- Intégrer et adapter sa proposition aux attentes de l'acheteur (identification, reformalisation)
- Se préparer efficacement à la phase de négociation :
 - Identification du pouvoir de décision de son interlocuteur
 - Formulation de l'objet, du contexte, des enjeux et des risques
 - Détermination et hiérarchisation des items de la négociation
 - Elaboration des objectifs et des marges de manœuvres
 - Construction méthodique du plan de sa négociation et des tactiques appropriées
 - Anticipation des comportements et des manœuvres

« Affronter » les situations de négociations ardues en préservant prix et marges

L'entretien de négociation

- Les étapes, leur intérêt et leur déroulement
- Les styles de négociateurs rapportés aux étapes de l'entretien

L'ouverture

- De l'entrée en relation au rappel des positions initiales
- La question du pouvoir associé aux négociateurs et au « territoire »

La discussion

- L'identification et la gestion des points de convergence, de divergence, des points de blocage
- Le repérage des marges de manœuvre des commerciaux et leur compatibilité avec celles des acheteurs

L'argumentation

- Structure à partir des caractéristiques de la prestation et de la valeur ajoutée du commercial
- Formulation à partir du cadre de référence de l'acheteur

Les propositions

- Des contreparties dans les zones du consensus, du compromis et de la concession
- L'évaluation des propositions ou le contrôle de leur équilibre sur le plan objectif et subjectif

La fermeture de la négociation

- De la reformulation des accords aux modalités d'application des engagements, ou de la récapitulation des désaccords à l'inscription de la relation pérenne
- La levée de séance : les écueils de la conclusion de la négociation

L'évaluation de la négociation

- Par rapport à la préparation : analyse et synthèse des éléments anticipés
- Par rapport à l'entretien : analyse et synthèse des jeux d'influence et des jeux de pouvoir

Le suivi des promesses d'engagement

Méthodes pédagogiques

La pédagogie active et participative de ce module alterne des apports théoriques et méthodologiques de l'intervenant avec des échanges d'expériences, des mises en situations et des simulations d'entretiens filmées et analysées par le groupe (travaux de réflexion sur situations réelles à partir de cas « métier » choisis en fonction de l'intérêt des participants).