

Piloter des négociations à forts enjeux

Pour qui ?

Directeur commercial, Key Account Managers et category managers ou trade marketers.

Objectifs :

Prendre de la hauteur sur les enjeux de ses négociations.

Penser stratégie et se connaître, pour conduire son pilotage « grands comptes » et ne pas subir ses négociations.

Savoir piloter dans la durée une « relation grands comptes » et animer son équipe projet.



© Alisa Tsoy / Fotolia

Programme :

1. Qu'est ce que conduire les négociations grands comptes ?

- Intérêts contradictoires et action concertée
- Théorème de résistance et exigences d'autrui
- L'appréciation des écarts et tensions
- Positionnement de la mire et trajectoires de concessions

2. Apprécier les objectifs et structures de négociation

- Les structures séquentielles ou intégratives
- Les incidences des concessions
- Evaluer l'intérêt à aboutir et le degré de confiance
- Les tactiques, leur finalité et leurs exigences de préparation

3. La mesure des risques et menaces

- La notion de temps dans la négociation
- Niveau de pression et construction de l'agenda et/ou des ordres du jour
- Les suspensions de séance ou de négociation
- Comment capitaliser et mettre à profit la « parenthèse » lors de la négociation

4. Animer son équipe en situation de négociation

- Le travail en équipe, principes et partage des rôles
- La gestion du contenu de négociation (animateur + experts)
- Les systèmes de négociation et la partition commune
- Le protocole concessionnel et sa construction en équipe

Les + pédagogiques :

- Des concepts, de la méthode et des outils.
- Travail sur-mesure à partir de cas concrets tirés du quotidien des participants négociateurs.
- Travaux en collectif.

Commercial, Marketing et
Distribution