

## Ball-trap de la négociation 2017-2018

### Objectifs de la formation:

- Faire un bilan des enseignements de la négociation 2017-2018
- Définir les scénarii possibles de négociation et de pression que le distributeur peut continuer d'imposer en box d'achat
- Construire une méthodologie de traitement de certaines demandes récurrentes des acheteurs en centrale en 2016-2017, quelle que soit la catégorie concernée.
- Cette méthodologie s'appuie en 360 ° sur l'ensemble des leviers qui s'offrent aujourd'hui au compte-clef pour « démonter » les forces et faiblesses de la demande de l'acheteur tout en construisant une argumentation commerciale et juridique pertinente et percutante.



### Pédagogie

- Redéfinir les mécanismes de la relation contractuelle qui vous lie à vos clients
- Analyser les demandes de l'acheteur en 2017 et les traiter en 360°
- Simuler des scénarii d'entretiens de négociation
- Partager les expériences entre participants



### Public

Direction commerciale et responsables centrale



### Durée

1 jour de 09h30 à 17h30



### Sessions

21 juin 2017  
05 octobre 2017



### Formateur(s)

**Olivier LAURIOL**, fondateur d'ARKOSE, ex acheteur Intermarché



### Tarif

**830,00 €** par participant (support et déjeuner inclus)



### Lieu

Paris



## Contenu

### I. REMOBILISONS-NOUS SUR NOS PRICIPAUX OUTILS DE NEGOCIATION

(En quoi le cadre juridique est-il un atout dans la négociation ?)

A travers un QUIZ, nous revisiterons ce que sont :

- Les conditions de vente
- Les services

Quel est l'intérêt de ces outils pour construire une négociation fondée sur la rentabilité de notre compte d'exploitation

### II. ATELIER

Parmi les « questions qui tuent » abordés :

- « Je ne veux aucun nouveau tarif cette année, même en cas de hausse de matières premières ! »
- « Je veux un tarif en 4 x net ! »
- « On ne commencera à négocier pour l'année 2017 qu'après avoir compensé ma baisse de marge sur l'année passée ! »

Mais aussi :

- « Si votre nouveau produit ne tourne pas suffisamment, je l'arrête ! »
- « Nous écrirons simplement dans le contrat de service : 3% pour 3 animations promo sur le second semestre ! »
- « tout le monde est concerné par le rapprochement des enseignes à l'achat »