

Bilan Crise COVID 19 – Préparation campagne 2021 **Formation distancielle**

Comment traiter, en termes tactiques et stratégiques, les « demandes qui tuent » prévisibles de l'acheteur dans les prochaines négociations

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Faire un bilan des enseignements de la crise COVID 19

Définir les scénarii possibles de négociation et de pression que le distributeur va tenter d'imposer en box d'achat (cf : les annonces faites déjà par AMC et Leclerc) afin de répondre aux demandes spécifiques de l'après-confinement

Construire une méthodologie de traitement de certaines demandes récurrentes des acheteurs en centrale en 2021, quelle que soit la catégorie concernée. Cette méthodologie s'appuie en 360° sur l'ensemble des leviers qui s'offrent aujourd'hui au compte-clé pour minimiser les forces et souligner les faiblesses de la demande de l'acheteur tout en construisant une argumentation commerciale et juridique constructive, pertinente et alignée avec les objectifs

Promouvoir le partage d'expériences entre participants et entre formateurs-participants

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- 3 Webinaires à thème de 1 heure 30 chacun
- **Intersession** : Post 3 webinaires : Analyse, Débriefing d'un cas pratique et proposition de recommandations en Feedback collectif (1h30)
- + 30 minutes de débriefing individuel pour aborder vos questions spécifiques, selon vos besoins et votre marché

NOS FORMATEURS



Olivier LAURIOL
consultant, fondateur du cabinet
ARKOSE Consulting, spécialiste en
stratégie de en négociation et en
connaissance du cadre juridique



Aurélie PRADEL
Ex-acheteuse
Consultante Senior Achats et Négociation
Commerciale, Coach Professionnel Certifiée ICF

POPULATION CONCERNÉE : Cette formation est destinée aux personnes en relation avec les cellules achats de distributeurs : directeurs commerciaux, directeurs des enseignes, comptes-clés régionaux, comptes-clés supply

PRE-REQUIS : trois/quatre tours de négociation

REMOBILISONS-NOUS SUR NOS PRINCIPAUX OUTILS DE NEGOCIATION

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

A travers un QUIZ, nous revisiterons ce que sont et doivent être :

- Les conditions de vente
- Les services
- Le plan d'affaires
- Le point de la force majeure
- Le tout, au regard des évolutions récentes du Code du Commerce

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

Quels leviers de rééquilibrage de la négociation peut-on exploiter en 2020 dans un box d'achat en étant pertinent pour les clients ?

ATELIER AVEC MISE EN SITUATION-MINUTE DE RDV EN BOX D'ACHAT

Parmi les « questions qui tuent » de l'acheteur qui seront abordées :

« Je ne veux aucun nouveau tarif cette année, même en cas de hausse des matières premières ! »

« Je veux une garantie de prix d'achat, même si certaines contreparties n'ont pas pu être réalisées pour cause de force majeure ! »

« Je vous ai payé normalement vos factures : cela mérite un geste de votre part »

« On ne commencera à négocier pour l'année 2021 qu'après avoir compensé la baisse de ma rentabilité sur l'année due à la crise COVID ! »

« Le temps de la réorganisation mise en oeuvre mi-mars étant largement passé, vos taux de service continuent d'être dégradés : nos CGA vont s'imposer pour une pénalité sur les retards constatés à partir du 15 avril »

Mais aussi les « classiques » :

« Si votre nouveau produit ne tourne pas suffisamment, je l'arrête ! »

« Nous sommes mandatés par 2 enseignes pour négocier une remise et des services de coopération »

... Et toutes les demandes que vous voudrez bien nous transmettre en amont !



**3 CLASSES
VIRTUELLES**
25,26,29 JUIN
FEED BACK COLLECTIF
LE 1 JUILLET



**CLASSE
VIRTUELLE** **1 JOUR**
14H00 À 15H30
FEEDBACK
14H00 À 15H00

**7 HEURES
DISTANCIELLES**



830,00 € HT
SUPPORT INCLUS



PARIS



**QUIZ
D'ÉVALUATION
(CAS PRATIQUE)**



**QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION**