

Tenir la négociation en GSA : Dernière ligne droite avant la signature

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Mettre en place les antidotes face aux demandes et postures imposée par la distribution : culpabilisation, refus de contrepartie, usage brutal du facteur temps, blocages et sanctions, pression psychologique...

Capacité à multiplier les scénarii de négociation possibles

Démultiplier votre capacité d'influence et de crédibilité auprès de votre acheteur et de sa centrale

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Succession de cas concrets et actuels permettant de couvrir le métier de négociateur en situation de blocage
- Les apports croisés et complémentaires des deux consultants permettent d'explorer 100% du périmètre achat
- Mises en situation de négociation en face à face.
- Feedbacks immédiats à l'issue des ateliers.
- Partages d'expériences avec les participants

POUR ANCRER LA SESSION

Fortement conseillé pour valider les acquis , chaque participant ayant suivi une formation pourra être évalué afin de définir les plans d'action dans leur contexte professionnel.

Ces démarches peuvent être complétées par un accompagnement personnalisé centré sur la mise en œuvre de nouvelles compétences.

.Devis à la demande : [nous contacter : i.carrara@arkose.net](mailto:i.carrara@arkose.net)

Coaching



Aurélie PRADEL

Ex acheteuse
Consultante Senior Achats et
Négociation Commerciale,
Coach Professionnel Certifiée

NOS FORMATEURS



Olivier LAURIOL

Fondateur Arkose associé
Ex acheteur Intermarché

POPULATION CONCERNÉE : Comptes clés, Responsables d'Enseignes, Directeurs d'Enseigne, Directeurs des Clients Nationaux., Directeur Commercial

PRE-REQUIS : Avoir pratiqué plusieurs tours de négociation
Avoir géré des situations de négociation tendues et conflictuelles

PRÉAMBULE

I - COMMENT FAIRE « SORTIR DU BOX » LA NÉGOCIATION

- Nous sommes 3... voire 4 dans le box
- S'immiscer dans l'organisation (officielle et non officielle) du client
- Les représentants de la DGCCRF s'invitent dans vos locaux: quelle conduite tenir ?
- Orienter vos CGV vers une charte collaborative »

II - PILOTER LES « RENDEZ-VOUS DE LA DERNIÈRE CHANCE »

- Passer du mail simple à la lettre recommandée
- Gérer son temps et si nous ne trouvons pas d'accord avant le 1er mars ?
- Se préparer mentalement pour rester ouvert malgré les difficultés à trouver un accord
- Jusqu'où mobiliser les ressources internes face à la pression de la centrale d'achat ?

III – EXEMPLES D'ENTRAÎNEMENT SUR 4 DEMANDES-TYPES :

1. « Ma demande c'est 3 points de déflation, même si vos matières premières augmentent fortement»
2. « La croissance de vos produits est insuffisante par rapport à nos objectifs: mon responsable de l'offre recommande de réduire votre gamme pour doubler la place allouée à la MDD, donc on va arrêter de commander immédiatement les 7 références suivantes! »
3. « Nous sommes mandatés par 2 enseignes pour négocier un indice-prix ensemble. Vous négociez après, avec chacune d'elle, les contreparties »
4. « On a perdu 3 points de marge l'année dernière : avant de démarrer la discussion pour l'an prochain, quelle solution m'apportez vous pour compenser cette perte? »



26 JANVIER
09 FEVRIER



DE 9H30
À 17H30

1 JOUR

7 HEURES
PRÉSENTIELLES



850,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNER INCLUS



PARIS



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION