

LES FORMATIONS

CATALOGUE 2021



LES FORMATIONS ARKOSE

CATALOGUE 2021

Créé en 1997 par Olivier LAURIOL la mission d'ARKOSE CONSULTING est de construire les solutions de rééquilibrage de la relation commerciale entre la production et la distribution dans les réseaux de la grande distribution, de la santé et du monde agricole.

Nous sommes une équipe...

Pluridisciplinaire pour vous accompagner sur un autre chemin et dans un autre discours avec vos clients

Avec une triple expertise d'ex- acheteurs distributeurs, ex-industriels et juristes.

Ayant une capacité de mobiliser des experts sur un mode de gestion de projet

La complémentarité de notre équipe nous permet de construire avec vous des solutions de développement de chiffre d'affaires et de rentabilité :

- Spécifiques à votre société et à votre marché
- Globales ou à la carte
- Qui tiennent compte de l'actualité et de la réalité de la relation commerciale
- avec une structure d'équipe par métier
- en embarquant les RH dans leur nouveau rôle dans la performance commerciale, à l'heure de la transformation des organisations et des compétences : GPEC, formation avec la création de nouveaux parcours de formation intégrant le CPF, évolution des référentiels, gestion des talents...

ARKOSE CONSULTING



Découvrez notre offre de formations dont l'objectif est de répondre à vos enjeux professionnels et ceux de vos organisations.

LES FORMATIONS ARKOSE

CATALOGUE 2021

Sommaire Distribution

NÉGOCIATION

- 8 Etre négociateur en centrale d'achat
- 10 Négociation avancée
- 12 Adaptez votre style de négociateur à votre profil personnel Insights Discovery
- 14 Bâtir avec succès les négociations régionales avec les SCA
- 16 2 mois pour finaliser vos accords nationaux avec la GMS
- 18 Négocier une hausse tarifaire
- 20 Visio de 2 heures les « demandes qui tuent de l'acheteur »
- 21 Match de négociation –Entraînement face à un acheteur
- 24 Coaching de négociation
- 26 Réquisitionnez les leviers clés de votre politique commerciale pour atteindre vos objectifs 2022
- 28 Démarrer en Food Service : les clés d'entrée de la négociation grossiste
- 30 Etre négociateur en Food Service
- 32 Visio de 2 heures Décoder l'appel d'offre en MDD
- 33 Visio de 2 heures Répondre aux questions qui tuent en MDD

JURIDIQUE

- 34 « UP DATE » cadre juridique pour préparer les négociations 2022
- 36 Construire ses CGV et réduire ses pénalités



LES FORMATIONS ARKOSE

CATALOGUE 2021

Sommaire Distribution

MARKETING – CATEGORY MANAGEMENT

- 38 Construire et mettre en place une stratégie Trade marketing performante
- 40 Développer votre démarche catégorielle pour une meilleure efficacité commerciale
- 42 Bâtir votre revue de marché pour consolider vos axes de négociations 2022
- 44 Activez avec succès la synergie merchandising / vente en magasin

VENTE

- 46 Vente efficace : convaincre en 3 minutes !

MANAGEMENT

- 48 Manager coach : développer la motivation et l'engagement de vos équipes

SUPPLY CHAIN

- 50 Visio de 2 heures Analyse des contrats logistiques des distributeurs et des prestataires
- 51 Visio de 2 heures préconisation toilettage des CGV en mode Supply Chain
- 52 Visio de 2 heures gestion des pénalités avec une enseigne



LES FORMATIONS ARKOSE

CATALOGUE 2021

Sommaire Santé

NÉGOCIATION

- 54 La négociation de fin d'année avec les groupements et grossistes-répartiteurs se profile sur fond de COVID 19
- 56 Coaching de négociation



JURIDIQUE

- 58 Quels outils commerciaux et juridiques pour votre stratégie promotionnelle en pharmacie et parapharmacie?

MARKETING – CATEGORY MANAGEMENT

- 60 Le category management : Acteur fondamental de la croissance avec les groupements
- 62 Vendre à l'officine un projet merchandising comme solution pour améliorer sa rentabilité

VENTE

- 64 Boostez votre impact commercial en pharmacie grâce au service ADV / Service client

MANAGEMENT

- 66 Manager coach : développer la motivation et l'engagement de vos équipes



LES FORMATIONS ARKOSE

CATALOGUE 2021

**Sommaire coopératives
agricoles**

NÉGOCIATION

- 69 Etre négociateur en centrale d'achat
- 71 Coaching de négociation



MARKETING – CATEGORY MANAGEMENT

- 73 Développer votre démarche catégorielle pour une meilleure efficacité commerciale

VENTE

- 75 Vente efficace : convaincre en 3 minutes !

MANAGEMENT

- 77 Manager coach : développer la motivation et l'engagement de vos équipes



Descriptif des formations

Réseaux grande distribution



ETRE NEGOCIATEUR EN CENTRALE D'ACHAT

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Faire ses premiers pas dans l'univers de la négociation au niveau régional et national

S'approprier les techniques fondamentales de la négociation en GMS

Maîtriser la boîte à outil du négociateur : Préparation des objectifs, contreparties possibles, descente tarifaire, « SRP », calcul de HMP, neutralité, déflation...

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

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

POUR ANCRER LA SESSION

Coaching

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.

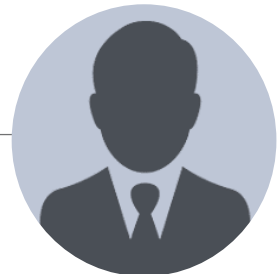
Devis à la demande : [nous contacter : i.carrara@arkose.net](mailto:i.carrara@arkose.net)

NOS FORMATEURS



Laurent DUBOIS

Ex cadre commercial
Spécialisé dans la négociation à fort enjeux



Ex acheteur

POPULATION CONCERNÉE : *Compte clé régional et national, responsable enseigne, managers régionaux en charge des négociations régionales.*

PRE-REQUIS : *toute personne amenée à négocier pour l'entreprise auprès de centrales nationales et régionales avec – ou pas, une première expérience de négociation.*

JOUR 1 : SE PRÉPARER POUR NÉGOCIER EN GMS

I - EN AMONT DES NÉGOCIATIONS

- Contexte circuit et actualité de la distribution et des enseignes
- Définition de la Valeur Ajoutée d'un fournisseur
- Le périmètre d'action de l'industriel et l'éphéméride d'une campagne

II - A L'APPROCHE DES NÉGOCIATIONS : LA PRÉPARATION D'UNE CAMPAGNE

1 - Processus et outils de préparation de la campagne de négociation

- 10 notions clés associées à la négociation incluant des notions juridiques simples.
- Boîte à outils et matrices de préparation de rendez-vous
- Identifier les pouvoirs qui interviennent dans le cadre d'une négociation.

2 - Augmenter son impact dans le face à face client

3 - Maîtriser l'arithmétique de la négociation au travers de divers exercices: descente tarifaire, calcul de hausse moyenne par enseigne, impact des demandes sur le 3 net ou 4 net

4 - Préparation d'un cas concret pour le jour 2

JOUR 2 : DECRYPTER LA NÉGOCIATION AVEC UN ACHETEUR

III - LA CONDUITE DES NÉGOCIATIONS

1. Différentes phases de la négociation

- Construire sa négociation et tenir ses positions
- L'enchaînement des différentes phases
- Postures à privilégier et postures à éviter

2. Processus d'échanges

- Niveau d'exigence
- Gestion des objections
- Gestion des contreparties
- Gestion des concessions
- Gestion de la conclusion

IV - ASPECTS COMPORTEMENTAUX : Entraînements et mises en situation face à un ex acheteur, spécialiste de l'univers GMS.



10 & 11 MARS
02 & 03 JUIN
15 & 16 SEPTEMBRE
01 & 02 DECEMBRE



1430,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNERS INCLUS



DE 9H30
À 17H30



PARIS

2 JOURS



QUIZ
D'ÉVALUATION

14

HEURES
PRÉSENTIELLES



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Négociation avancée en centrale d'achat

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

S'appuyer sur les bases simples du contexte juridique actuel
Bâtir une stratégie de négociation : de la descente tarifaire au simulateur de négociation.
Augmenter sa capacité à gérer les situations les plus délicates face à son acheteur

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Succession de cas concrets et actuels permettant de couvrir le métier de négociateur en situation délicate et complexe
- Les apports croisés et complémentaires des deux consultants (ex-industriel et ex-acheteur) permettent d'explorer 100% du périmètre métier
- 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

Coaching

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)

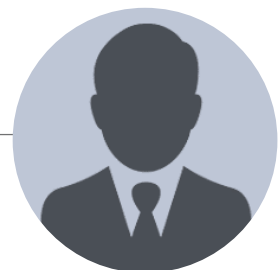
NOS FORMATEURS



Laurent DUBOIS
Ex cadre commercial
Spécialisé dans la négociation à fort enjeux



Avocat au Barreau de Paris
Une Société L.A Solution Avocats
spécialisée dans les relations commerciales
industrie-commerce



Ex acheteur

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

PRE-REQUIS : Avoir suivi la session « Etre négociateur Compte Clé en centrale d'achat »
Avoir pratiqué plusieurs tours de négociation.

JOUR 1 : LES FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS D'UNE NÉGOCIATION

- Actualité circuit : quels impacts sur la campagne de négociation ?
- S'appuyer sur le cadre juridique pour renforcer ses postures de négociation
- Les enseignements des enquêtes sectorielles de la DGCCRF.

LES VÉRITABLES ENJEUX DE LA NÉGOCIATION :

- Muscler les CGV en incluant les recommandations de la CEPC
- Cas particulier des baisses techniques et des hausses tarifaires
- Différence entre marge commerciale et rentabilité : Passer du 3 x net au 10 x net
- Préparation d'un cas concret, pour entraînement face à l'acheteur en jour 2

JOUR 2 : FAIRE FACE A LA DESTABILISATION

- Les enjeux d'une négociation à fort enjeux pour un acheteur
- Identifier et déjouer les principaux pièges qui peuvent surgir en rendez-vous pour influencer et déstabiliser les fournisseurs
- Entraînement sur les résistances les plus fréquentes et les plus complexes

ENTRAINEMENTS INDIVIDUELS :

Déroulement du cas préparé le jour 1 avec débriefing personnalisé par l'acheteur



30 & 31 MARS
09 & 10 JUIN
07 & 08 SEPTEMBRE
20 & 21 OCTOBRE



DE 9H30
À 17H30

2 JOURS

14 HEURES
PRÉSENTIELLES



1480,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNER INCLUS



PARIS



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Adaptez votre style de négociateur à votre profil personnel Insights Discovery



LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

S'appuyer sur votre potentiel actuel de négociateur pour explorer 3 pistes possibles de développement professionnel axées sur la négociation à fort enjeux
Progresser dans la négociation grâce à des ateliers « à la carte », 100% adaptés au cadre et aux pratiques des acheteurs.
Développer votre niveau de confiance pour faire face aux situations particulièrement déstabilisantes.

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Les apports croisés et complémentaires des deux consultants (ex-industriel et ex-acheteur) permettent d'explorer 100% du périmètre métier
- Mises en situation de négociation en face à face.
- Feedbacks immédiats à l'issue des ateliers « à la carte »
- E learning Insights Discovery
- Partages d'expériences avec les participants

POUR ANCRER LA SESSION

Coaching

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)

NOS FORMATEURS



Laurent DUBOIS
 Ex cadre commercial
 Spécialisé dans la négociation à fort enjeux
 Coach Professionnel Certifié



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

POPULATION CONCERNÉE : *Directeur d'Enseigne, comptes-clés nationaux , manager régionaux en charge des négociations régionales*

PRE-REQUIS : *Avoir suivi la session « Etre négociateur Compte Clé en centrale d'achat »
 Avoir pratiqué plusieurs tours de négociation.*

EN AMONT DE LA SESSION

- Vous passez un questionnaire via la plateforme Insights Discovery. Durée 15 à 20 mn
- Vous êtes ensuite débriefé par téléphone de votre profil personnel avec un lien métier (1H)
- Vous listez en amont vos zones de confort et d'inconfort que vous nous communiquez afin d'adapter la session au maximum « sur-mesure ».

I. LIENS ENTRE VOTRE PROFIL ET LES APTITUDES CLES DANS LA NÉGOCIATION COMMERCIALE

- Les aptitudes clés à mobiliser dans le cadre d'une campagne de négociation
- Gestion du curseur temps et profil de négociateur
- Les adaptations à mettre en œuvre face aux différents profils d'acheteurs
- Déterminer votre plan d'action : quelles recettes privilégier qui vous permettent de changer de posture tout en restant dans votre zone de confort

II. ILLUSTRATION ET EXPERIMENTATION

- Cas pratique « dans la vie quotidienne »
- Cas pratique adapté à votre circuit

III. ATELIERS DE COACHING PROFESSIONNEL FACE AUX SITUATIONS

- Vous aider à trouver vos propres solutions grâce à des successions de cas pratiques et d'ateliers , en lien avec vos zones de confort et d'inconfort
- En tirer des enseignements personnels et collectifs.
- A faire / A éviter

IV. ENTRAINEMENTS INDIVIDUELS EN LIEN AVEC LES ATELIERS « A LA CARTE »:

Déroulement des cas avec débriefing personnalisé



**NOUS
CONSULTER**



**DE 9H30
À 17H30**

1 JOUR

**7 HEURES
PRÉSENTIELLES**



**950,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNER INCLUS**



PARIS



**QUIZ
D'ÉVALUATION**



**QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION**

Bâtir avec succès les négociations régionales avec les SCA

Formation distancielle

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

S'appuyer sur le fonctionnement régional pour décliner votre stratégie de marque
Se préparer pour optimiser votre réussite auprès de vos interlocuteurs.
Aborder les situations classiques et identifier des pistes possibles de réponses.

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Succession de cas concrets et actuels permettant de couvrir le métier de négociateur régional et d'appréhender la culture achats Galec.
- Les apports croisés et complémentaires des deux consultants (côté industriel et côté acheteur) permettent d'explorer les multiples facettes de la négociation régionale.
- Mises en situation de négociation en face à face.
- Feedbacks immédiats à l'issue des ateliers.
- Classe virtuelle de 3h00 + 30 mn présentation du cas intersession en collectif.
- Intersession – 30 mn de préparation individuelle du cas de négociation régionale
- Classe virtuelle de 3h00 : mise en situation sur la base du cas pratique et debriefing collectif.

Coaching

POUR ANCRER LA SESSION

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)

NOS FORMATEURS



Laurent DUBOIS
Ex cadre commercial
Spécialisé dans la négociation à fort enjeux
Coach Professionnel Certifié



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

POPULATION CONCERNÉE : *comptes-clés régionaux et nationaux Galec, comptes-clés supply, manager régionaux en charge des négociations régionales*

PRE-REQUIS : *Avoir suivi la session « Etre négociateur Compte Clé en centrale d'achat »
Avoir pratiqué plusieurs tours de négociation.*

VISIO 1 : 3H30 PREPARATION D'UNE NEGOCIATION REGIONALE

I. ORGANISATION GÉNÉRALE DU GALEC

- Organigramme de fonctionnement : adhérent, permanent et autres influents
- Leur approche de la négociation: maillage du national avec le régional.
- Connaissance environnement, contraintes et attentes d'un indépendant.
- Focus Drives

II. PRÉPARATION DE LA NÉGOCIATION REGIONALE

- Les particularités de la culture achat GALEC (PE, classification des fournisseurs, Alkemics...)
- Concordance des dates de signatures des accords entre le régional et le national
- Quelles contreparties obtenir en région ?
- Gestion des pénalités
- Cas particulier des salons régionaux

III. PREPARATION DU CAS PRATIQUE (30 MN)

TRAVAIL D'INTERSESSION À PRÉPARER INDIVIDUELLEMENT PAR CHAQUE PARTICIPANT:

préparation d'un entretien de négociation régionale à distance afin de le présenter au groupe lors des mises en situation.

VISIO 2 DE 3 HEURES : ENTRAÎNEMENT ET FEED BACK COLLECTIF – DÉBRIEFING DU CAS PRATIQUE

Partage de la compréhension de l'acheteur sur la préparation de rdv préparée par chacun des participants

- Quels sont les éléments manquants indispensables afin de parler « son langage », gagner en sens et en proximité, et donc en efficacité ?
- Comment vous synchroniser et rendre l'entretien fluide et performant afin d'atteindre votre objectif ?
- Debriefing : Déceler vos points forts et vos points de progrès de présentation et négociation régionale



LE 18 JANVIER
&
LE 19 JANVIER



DE 14H00 À 17H30
DE 9H00 À 12H30

1 JOUR

7 HEURES
DISTANCIELLES



850,00 € HT
SUPPORT INCLUS,



CLASSE
VIRTUELLE



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

2 mois pour finaliser vos accords nationaux avec la GMS : vision distributeur et fournisseur

DANS LES COULISSES DE VOS NÉGOCIATIONS...

LES OBJECTIFS POUR CE PROGRAMME

1. Décrypter votre état d'avancement des négociations et vos enjeux de postures sous 2 angles complémentaires : Distributeur et Fournisseur pour faire le point sur votre situation
2. Orchestrer en interne comme chez le distributeur les dernières semaines avant le 1^{er} mars 2021
3. Répondre à vos questions : Bluff, intox, que se passe-t-il en coulisse ? Et si je ne trouve pas d'accord d'ici le 1^{er} mars ? Faut-il court-circuiter les process habituels de décision ? Etc...

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Deux classes virtuelles de 3h30 : Les apports croisés et complémentaires des deux consultants (industriel et acheteur) permettent d'explorer 100% du périmètre métier
- Mises en situation sur la base de votre situation et de votre objectif à atteindre préparés en amont de la session : feedbacks croisés acheteur / fournisseur.

Coaching

POUR ANCRER LA SESSION ET VERIFIER LE TRANSFERT DES CONNAISSANCES

Participation à une classe virtuelle de coaching pour vérifier la mise en œuvre en situation de travail : suivi d'une vraie négociation et partage des résultats obtenus.
30 mn par participant en individuel

NOS FORMATEURS



Laurent DUBOIS
Ex cadre commercial
Spécialisé dans la négociation à
fort enjeux
Coach Professionnel Certifié



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

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

PRE-REQUIS : Etre 100% impliqués dans la signature de l'accord 2021, avec une (très) bonne connaissance de la négociation en GMS (au moins 2 ou 3 tours de négociation nationale)

MATIN : L'ÉPHÉMÉRIDE DE JANVIER – FÉVRIER 2021

ATELIERS PRATIQUES : ANALYSER LES ÉTAPES DE NÉGOCIATION ET LE PROCESSUS ACHATS

Vous n'avez pas signé à fin décembre comme le « demandait » votre acheteur ? Ce n'est pas grave !

Au travers d'une frise du temps et d'un fil conducteur pour se projeter au plus près de votre réalité, nous allons vivre en 1 journée ces 2 derniers mois pour vous accompagner vers la signature.

Nous allons aborder plusieurs thèmes et toujours sous deux angles (Distributeur / Fournisseur) pour vous permettre de :

- Défendre vos contreparties et concrétiser votre plan d'affaires
- Vous aider à positionner votre curseur pour tendre, ou non, la relation, sans « perdre la face »
- Vous décrypter les postures possibles, des deux côtés de « la table des négociations »
- Vous donner des points de repères sur les « A Faire / A Eviter » dans cette période si particulière pour vous, durant laquelle les tensions sont exacerbées.

La matinée est ponctuée de mini saynètes pour illustrer chaque apport d'expérience. Nous créons une forte interactivité entre les formateurs et les participants.

APRÈS MIDI : FAIRE FACE A LA PRESSION GRANDISSANTE ET A LA DESTABILISATION

- En amont de cette session, vous nous aurez remonté, en toute confidentialité, l'expression de vos points de difficultés que vous souhaitez surmonter et sur lesquels vous souhaitez être entraînés
- Nous nous appuierons sur vos attentes individuelles pour en tirer des enseignements collectifs grâce à l'expérimentation par nos mises en situation
- Nous aborderons également les meilleures postures à adopter face aux arrêts de commandes, aux déréférencements et aux lettres recommandées qui peuvent arriver durant cette période
- Nous irons éclairer l'ensemble des points clés à garder à l'esprit : Co-construire le CA prévisionnel, consistance du plan d'affaires et préparation de la future campagne de négociation 2022
- Nous garderons la forte interactivité initiée lors de la matinée
- En bonus, un temps spécifique est dédié aux échanges pour répondre à vos questions !



Le 26 janvier 2021 : 2 séances en classes virtuelles de 3H30

1 JOUR

7 HEURES DISTANCIELLES

2021

Pour ancrer la session : 30 mn individuel participation à un coaching pour vérifier la mise en œuvre en situation de travail



**950,00 € HT
SUPPORT
INCLUS**



**CLASSES
VIRTUELLES**



**QUIZ
D'ÉVALUATION**



**QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION**

Négocier une hausse tarifaire

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Maîtriser des outils et méthodes pour mener une négociation de tarif

Reprendre la main face à une centrale d'achat dans la défense de son tarif général

Construire une négociation rationnelle qui prime sur l'émotionnel de l'acheteur pour faire appliquer votre tarif.

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Rendre crédible, notamment juridiquement, votre argumentation pour passer d'un prix tarif à un prix d'achat spécifique
- Être au plus près des situations rencontrées dans les box d'achat
- Travailler sur des cas pratiques liés au refus de hausse de tarif de l'acheteur
- Instituer un ping-pong permanent avec les participants sur le traitement des objections (lister les bons verbatim)

Coaching

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)

NOS FORMATEURS



Olivier LAURIOL,

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

POPULATION CONCERNÉE : *directeurs commerciaux, directeurs des enseignes, comptes-clés, ADV*

PRE-REQUIS : *Avoir pratiqué plusieurs tours de négociation*

Avoir géré des situations de négociation tendues conflictuelles : déréférencement partiel ou total.

DE QUOI PARLE T ON QUAND IL S'AGIT DE « NEGOCIER UNE HAUSSE DE TARIF » ?

- Qu'est ce qu'un tarif général et pourquoi sa hausse est-elle incontournable dans la négociation
 - Le sens économique d'un tarif général et de sa hausse
 - Rendre crédible notre hausse du tarif général pour qu'elle ne puisse être niée par l'acheteur
- La position de l'acheteur : théâtre et vraies anxiétés au regard de notre tarif
 - Le lien entre tarif et le positionnement stratégique de l'enseigne
 - Compréhension de son impact dans la gestion du dossier fournisseur (indicateurs-clefs – HMP)
 - Son risque concurrentiel

ÊTRE CREDIBLE EN NEGOCIATION : CONSTRUIRE TOUTE L'ANNÉE UN DISCOURS COMMERCIAL POUR AMORTIR LES HAUSSES DE TARIF ? L'ÉPHÉMÉRIE DE LA NÉGOCIATION

- Le mécanisme de la négociation autour du passage du tarif général vers le prix d'achat spécifique
 - Rendre indiscutable la hausse du tarif général
 - Construire le chemin de la négociation entre le tarif général et le prix d'achat spécifique
- Préparer toute l'année le client à sa hausse tarifaire
 - Muscler l'expérience client sur la valeur ajoutée de ma marque sur la catégorie
 - Les 5 règles pour impliquer un client dans la gestion de nos besoins tarifaires.
- Présenter notre hausse tarifaire à l'acheteur comme une solution pour un plan d'affaire concurrentiel
- Les mots pour le dire = adopter un discours commercial spécifique à chaque enseigne

CONSTRUIRE ET PILOTER SA NEGOCIATION : TRAINING DE NÉGO

- Les tactiques d'achat qui consiste à refuser le tarif : 4 types de négociation selon l'objet : quels verbatim et phrases-types ? Les questions/postures qui tuent
 - Gérer une négociation de « position » : l'acheteur refuse d'appliquer le tarif général
 - Gérer une négociation de « répétition » : passer 2 tarifs dans l'année pour pression des cours
 - Gérer une négociation de « dégradation » : l'acheteur demande une « déflat' »
 - Gérer une négociation de « sanction » : l'acheteur menace d'un déréférencement
- Les 10 règles de postures communes à ces différentes négociations



01 JUILLET
29 SEPTEMBRE
28 OCTOBRE
26 NOVEMBRE
2021



DE 9H30
À 17H30

1 JOUR

7 HEURES
PRÉSENTIELLES



850,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNER INCLUS



PARIS



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

ARKOSE 2021 TECH'WORKSHOP



VISIO DE 2 HEURES LES « DEMANDES QUI TUENT DE L'ACHETEUR »

Nous traiterons avec vous les demandes des enseignes
auxquelles s'attendre dans la négo 2021.

LES OBJECTIFS :

- 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.

CONTENU DE L'INTERVENTION : Les demandes ou questions de l'acheteur qui seront abordées sont :

- « 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 des contreparties n'ont pas été 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 2021 qu'après avoir compensé **la baisse de ma rentabilité sur 2020** due au COVID ! »
- « Votre taux de service continue d'être dégradé alors que nous sommes sortis du confinement : **nos CGA imposent une pénalité pour les retards** constatés à partir du 15 avril ! »

VOTRE CONTACT COMMERCIAL : Isabelle LE LAMER CARRARA i.carrara@arkose.net – 06.30.97.32.89



320 € HT PAR PARTICIPANT
SUPPORT INCLUS



2021
LE 12 JANVIER



CLASSE VIRTUELLE
DE 2H00 DE 9H00 À 11H00

NOTRE CONSULTANT



Olivier LAURIOL
fondateur du cabinet ARKOSE Consulting,
spécialisé en stratégie de négociation contractuelle
avec la distribution

Match de négociation
Entraînement face à un acheteur
Formation individuelle distancielle de 2 heures
Préparation de l'intervention sur mesure : 2 heures

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Se préparer à ses rdv de négociation via une mise sous tension réaliste, afin de réussir à mettre en place les antidotes face aux tactiques d'achat qu'un acheteur peut déployer à votre égard. Structurer votre pensée et ancrer les « bons réflexes » reproductibles dans vos futurs rdv de négociation.

Prendre confiance en vous, démultiplier votre capacité d'influence et de crédibilité auprès de votre acheteur et de sa centrale.

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Préparation sur mesure : 2 heures

- Traitement d'une problématique afférant à votre contexte du moment
- Tester votre stratégie de négociation avant votre rdv grâce à une simulation / mise en situation réaliste, en face à face
- Votre approche technique et comportementale est corrigée au fur et à mesure de l'entretien par notre acheteur - formatrice aguerrie à la négociation
- **1 classe virtuelle individuelle de 2 heures**
- **En amont du training :**
 - Envoi d'un document synthétique de la problématique à traiter et de votre stratégie / scénario
 - Entraînement individuel - simulation de votre situation réelle
 - Débriefing du cas pratique et pistes d'amélioration à explorer (tactiques et comportementales)

NOTRE FORMATEUR



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

POPULATION CONCERNÉE : Directions commerciales et équipes commerciales, directions de développement, décisionnaires de la stratégie commerciale

PRE-REQUIS : Être acteur et partie prenante de la construction et du déroulé de rdv de négociation

Contenu du Programme | Certifié Datadock

Le programme va apporter une boîte à outil complète pour passer d'une situation de « savoir » à une situation de « savoir faire » : chaque partie va donc être très opérationnelle et doit permettre à chacun de mettre en œuvre dès le lendemain les acquis de chaque étape de la formation.

DESCRIPTIF DÉTAILLÉ DE LA PRÉPARATION EN AMONT DE LA FORMATION : 2 HEURES

Entretien en amont de la formation avec le manager :

- Valider les objectifs généraux (3 piliers savoir, savoir faire, savoir comportemental)
- Valider l'éthique pédagogique afférente à la formation
- Préparation de l'entrainements et la mise en situation.
- Avoir une vision claire de ce que l'on souhaite mesurer
- Clarifier la façon dont la restitution se fera
- Réunir tous les documents / informations nécessaires à la mise en place du programme : présentation de la société, du marché, de la gamme de produit, de la politique commerciale

Entretien en amont de la formation avec le participant :

- Répondre à toutes les questions et poser toutes les questions au participant
- Vérifier l'adéquation entre les objectifs énoncés et les attentes opérationnelles du participant

Contenu du travail préparatoire du cas pratique par le participant à partir d'une trame :

- Il constituera la pièce maîtresse de la session car il permet au participant de sérier les questions à se poser et rechercher les réponses possibles !
- Il permettra l'émergence des problèmes et des attentes : le contenu recueilli permet d'affiner les objectifs pédagogiques et construire la séance de formation.
- L'étude de cas permettra d'explorer avec le participant sa capacité d'analyse des situations et de résolution de problèmes à trois niveaux : prise de conscience des savoirs qu'il mobilise, questionnement de ses connaissances, perfectionnement de ses compétences.
- Le cas présentera : la situation à étudier, les problèmes qu'elle soulève, les acteurs (acheteur, logistique, juridique...) de la situation, l'évènement qui est à l'origine du problème.

Envoi au consultant du cas pratique complété, qui :

- analysera la situation : les faits (affirmations argumentées, éléments de preuve..),
- Etudier le problème prises de décisions : les solutions possibles, leurs conséquences, les solutions choisies parmi toutes celles énoncées
- Correction du plan d'action rédigé: amendement et recommandations sur la façon de « comment » le mettre en œuvre.
- Construction du plan de progrès de progrès individuel. (points forts et axes d'amélioration).

Contenu du Programme | Certifié Datadock

Préparation des scénarios de rdv de négociation au regard des enjeux de votre acheteur et des vôtres : quels sont les arguments efficaces qui fonctionnent et trouvent écho face à un acheteur ?

ECHAUFFEMENT

EN AMONT DE LA SESSION

- Préparation par le participant d'un document reflétant sa problématique, ses objectifs et sa stratégie.
- Envoi du document à l'acheteur – formateur.
- Audit de la préparation par l'acheteur et rédaction de recommandations : « Les mots pour le dire efficacement ».

1ÈRE MI-TEMPS : 1 HEURE

PARTAGE DE LA COMPREHENSION DE L'ACHETEUR SUR LA STRATÉGIE PROPOSÉE

- Quelle est sa compréhension de la problématique ?
- Quels sont les éléments manquants indispensables afin de parler « son langage », gagner en sens et en proximité, et donc en efficacité ?
- Comment construisez-vous votre « justification » et avec quels KPI's ? Est-ce suffisant pour l'acheteur ?
- Comment vous synchroniser pour rendre l'entretien fluide et performant afin d'atteindre votre objectif ?

2ÈME MI-TEMPS : MATCH DE NEGOCIATION : 1 HEURE

- Jeu de rôle et mise en situation réelle face à l'acheteur, ajustements en temps réel
- Debriefing : Déceler vos points forts et vos points de progrès
- Conseils : Savoir identifier et déjouer les pièges de votre acheteur

4 EXEMPLES DE THÉMATIQUES ACTUELLES

- Non respect des délais de paiements (qui restent obligatoires)
- Demande d'augmentation des tarifs de certaines prestations ou produits (notion d'imprévision)
- Pénalités logistiques imposées par vos clients (notion de force majeure et/ou de circonstances exceptionnelles)
- Problématiques du respect du plan d'affaires
- ...

GRILLE DE SYNTHÈSE OPÉRATIONNELLE DE LA SESSION :

- La théâtralisation de la négociation : décodage et traitement
- Les 9 tactiques d'achat des enseignes et que faire/ ne pas faire vis-à-vis de chacune d'elles
- Les 10 critères d'un négociateur crédible face à la théâtralisation



2021

1 CLASSE VIRTUELLE
DATE A DÉFINIR
ACCOMPAGNEMENT
INDIVIDUEL



DE 9H30 À 11H30
OU
DE 14H30 À 16H30

2

HEURES EN
DISTANCIEL
+ PRÉPARATION
PROBLÉMATIQUE EN
AMONT DE LA
SESSION : 2 HEURES



590,00 € HT
CAS PRATIQUES
AMENDÉS AVEC
RECOMMANDATIONS



CLASSE
VIRTUELLE



FEEDBACK
DE FIN DE
SESSION



QUESTIONNAIRE
DE
SATISFACTION

Coaching de négociation

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Vous donner l'accès à tous nos experts sur la durée de la campagne de négociation 2022

L'approche peut être collective et/ou individuelle, en partant toujours du cadre défini de votre politique commerciale 2022

Vous garantir une très forte réactivité, 100% orientée sur des solutions concrètes et opérationnelles, avec une très forte valeur ajoutée

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Rompus depuis plusieurs années à cet exercice, nous vous proposons un accompagnement unique piloté par un chef de projet qui saura solliciter les expertises en interne
- Les apports croisés et complémentaires des deux expertises caractéristiques d'Arkose (vision industrielle et vision acheteur) permettent d'explorer 100% du périmètre de vos négociations
- Mises en situation des hypothèses de négociation (via ZOOM et COMSCOPE)
- Feedbacks immédiats pour vous permettre d'identifier vos meilleurs scénarii possibles
- Vous accompagner, si besoin, dans la construction de vos outils de pilotage ad hoc

POUR ANCRER LA SESSION

Coaching

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)

NOS FORMATEURS



Laurent DUBOIS

Ex cadre commercial
Spécialisé dans la négociation à fort enjeux
Coach Professionnel Certifié



Aurélie PRADEL

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



Olivier LAURIOL

Fondateur Arkose associé
Ex acheteur Intermarché



Avocat au Barreau de Paris
Société L.A Solution Avocats
spécialisée dans les relations commerciales industrie-commerce

POPULATION CONCERNÉE : Comptes clés, Responsables d'Enseignes, Directeurs d'Enseigne, Directeurs des Clients Nationaux, Directeurs Commerciaux

PRE-REQUIS : Nous donner accès à votre politique commerciale, sous couvert d'un contrat de confidentialité

SESSION 1 : ETAT DES LIEUX

- Actualité circuit : quels impacts de l'actualité sur la campagne de négociation 2022?
- Décrypter les messages envoyés par les enseignes et vos acheteurs.
- Quels messages avez-vous envoyé à vos interlocuteurs, sur la totalité du GRID , depuis début mars 2021 ? Pour quelles intentions et quels objectifs?
- Présentation et analyse partagée de votre politique commerciale à 3 ans.

SESSION 2 : BÂTIR LES STRATÉGIES PAR ENSEIGNE

- Muscler et actualiser vos CGV
- Construction des outils de pilotage financier
- Cas particulier des baisses techniques et des hausses tarifaires
- Intégrer les négociations Horizon, Envergure et les accords internationaux.
- Piloter vos négociations à partir d'un compte d'exploitation simplifié : Passer du 3 x net au 10 x net

SESSION 3 : SE PREPARER A FAIRE FACE A LA DESTABILISATION

- Entraînement collectif et/ou individuel sur les situations les plus fréquentes et les plus complexes identifiées dans les séances préparatoires.



A LA CARTE

2021



A LA
CARTE

JOURS
A DÉFINIR

HEURES
PRÉSENTIELLES
A DÉFINIR



DEVIS SUR MESURE



DISTANCIEL
OU
PRESENTIEL



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Requestionnez les leviers clés de votre politique commerciale pour atteindre vos objectifs 2022

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Intégrer le cadre juridique et le nouveau contexte de crise dans vos prises de parole auprès des distributeurs en 2021.

Anticiper les attentes distributeurs pour 2022 et préparer votre approche enseigne par enseigne.

Vous apporter l'éclairage d'experts pour contribuer à l'atteinte de vos objectifs 2021 sur vos circuits de distribution. Traduire vos attentes opérationnelles sous les angles juridiques et commerciaux pour en déduire les impacts sur la conduite de vos négociations 2021-2022

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- La colonne vertébrale de notre intervention est articulée autour de l'actualité de votre circuit
- Apports théoriques, ateliers et échanges suivis d'une analyse et feed back des consultants
- Réflexion sur les applications concrètes que chaque participant peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par les formateurs à chaque participant
- Chaque participant structurera sa réflexion et son action stratégique à l'aide d'un dispositif de méthodes et d'outils opérationnels.

NOS FORMATEURS



Adélaïde ROBARDEY-ROCHE

Avocat au Barreau de Paris
Société L.A Solution Avocats
spécialisée dans les relations
commerciales industrie-commerce



Laetitia LEMMOUCHI-MAIRE

Avocat au Barreau de Paris
Société L.A Solution Avocats
spécialisée dans les relations
commerciales industrie-commerce



Olivier LAURIOL

Consultant, fondateur du cabinet
ARKOSE Consulting, spécialiste
en stratégie de négociation et en
connaissance du cadre juridique



Laurent DUBOIS

Ex cadre commercial
Spécialisé dans la
négociation à fort enjeux

POPULATION CONCERNÉE : Cette formation est destinée aux personnes des COMEX et/ou en relation avec les cellules achats de distributeurs : directeurs commerciaux, directeurs des enseignes, comptes-clés nationaux

PRE-REQUIS : 3-4 tours de négociation, Être concerné dans la construction des outils de charte tarifaire.

Atelier I : Ce que nous avons appris des derniers mois et que nous vous recommandons d'intégrer dans le cadre de votre construction 2022.

- Muscler votre prise de parole vers les enseignes: saisissez toutes les occasions possibles et travaillez la répétition: bilan semestriel, revues d'innos, revues de marché, communication de vos CGV administratives et tarifaires, évolution de votre tarif général, bilan annuel, projets collaboratifs...).
- Communiquez sur votre capacité à travailler en mode dégradé.
- Challengez la rationalité de vos investissements auprès de la distribution et la «consistance» des contreparties obtenues.
- Multipliez les « projets collaboratifs » avec les enseignes.
- Réorientez les actions de vos équipes sur le terrain pour aller chercher un maximum de valeur ajoutée.

Atelier II : Intégrer le cadre juridique et réglementaire 2020 - 2021

- Profitez des dernières avancées favorables aux fournisseurs pour renforcer votre crédibilité et votre scoring auprès des enseignes: Pilotage EGAlim, mise en place d'indicateurs, recommandations CEPC 19-1 et 20-1, Codes de bonnes pratiques, actualités juridiques et jurisprudentielles clés.
- Comment traduire tous ces aspects sur le plan opérationnel et en faire des leviers dans vos négociations 2022.

Atelier III : analyser la chaine de création de valeur

- La méthode traditionnelle du QQQQCP appliqué à la chaine de valeur
- Les nouveaux paramètres complémentaires : le « combien », le « contrôle de l'équilibre financier »
- La traduction concrète dans les CGV
- S'entraîner à la présentation de vos CGV administratives et tarifaires face aux distributeurs.

Atelier IV : Mise en pratique sous forme de mini-ateliers de mises en situation

- Que répondre face aux demandes probables de la distribution en 2022: réduction des assortiments, pénalités (déduites d'office), refus de hausse de tarif, absence des contreparties du Plan d'Affaires et/ou modification unilatérale du PA, ...
- Se préparer aux rendez-vous de présentation des CGV
- Partage en collectif sur des cas spécifiques.

Rq: L'ensemble de la session est placée sous le cadre de la compliance. Rien de confidentiel ni de stratégique n'est partagé et nous sommes bien sûr attentifs à ce que vous soyez le seul acteur sur votre catégorie. La session de travail reste concentrée sur les marques nationales. D'autres expertises pourront être mobilisées dans un deuxième temps: Supply chain, category management, stratégie marketing, management FDV et organisation terrain.



2021

A DEFINIR
AVEC VOUS



A DEFINIR

SUR
MESURE

NBRE D'HEURES
À DÉFINIR



DEVIS SUR MESURE



A DÉFINIR



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Démarrer en Food Service : Les clés d'entrée de la négociation grossiste

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Intégrer la culture achat Food Service

Savoir choisir son grossiste en fonction de la cible utilisateur visée

Intégrer la particularité de la cible utilisateur pour bâtir sa proposition commerciale et ses CGV

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Les échanges bienveillants sont interactifs et restent 100% des cas opérationnels
- Quizz « culture Gé » sur l'univers Food Service
- Simulations de prospections construites sur la base de situations du marché Food Service
- 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.

lopper son potentiel et devenir plus autonome dans la réalisation de ses objectifs.

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

Coaching

NOS FORMATEURS



Pierre LAURANS

Ex directeur marketing / directeur
international

POPULATION CONCERNÉE : responsables grands comptes, comptes-clés, responsables de force de vente CHF ou de développement des ventes, toute personne en charge du développement du service Food Service

PREREQUIS : Être acteur du développement du secteur Food Service.

I - DÉCRYPTER LA CULTURE DE L'ACHAT EN FOOD SERVICE

- Les caractéristiques-clefs du réseau Food Service :
 - Restauration sociale vs restauration commerciale
 - Les intervenants achats : centrales d'achats/groupements, grossistes, cash & Carry, opérateurs de concessions ...)
- Chiffres clés et évolutions récentes

ATELIER 1: LA RHD: QUELS ACTEURS, QUELLE CHAÎNE DE VALEUR, QUELLE TYPOLOGIE

- Qu'est ce que couvre la RHD ? La structure de la chaîne de valeur
- Segmentation du marché
- Impact EGALIM sur la RHD
- typologie des opérateurs
- Restauration sociale/Restauration commerciale
- Les SRC
- La distribution
- Quelles questions je dois me poser dans mon approche du marché : Le QQQOPCCC/SCP/SWOT

ATELIER 2: QUELLES ATTENTES POUR QUEL TYPE D'OPÉRATEUR? L'APPROCHE CLIENT

- Les «Road to Market » :Quelles attentes des Grossistes/distributeurs; Sociétés de restauration; opérateurs publics, opérateurs privés indépendants ou chainés
- Qui/Quoi/ Pourquoi? Notion de persona, Copy Produit

ATELIER 3 : BÂTIR MA STRATÉGIE COMMERCIALE: QUELLES ATTENTES POUR QUELLES CONTREPARTIES?

Qu'est ce que j'attends de mon client? Pour quels objectifs commerciaux?

- Vos outils de politique commerciale (tarif,CGV,CPV...)
- Le cadre juridique de la RHD , la notion de grossiste
- Objectifs & contreparties



20 AVRIL
26 AOUT

2021



DE 9H30
À 17H30

1

JOURS

7

HEURES
PRÉSENTIELLES



830,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNER INCLUS



PARIS



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Être négociateur en Food Service

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Intégrer la culture achat Food Service pour appréhender la négociation tripartite (industriels, distributeurs et grands comptes utilisateurs)
Structurer ses connaissances des différents types de clients : cash & carry, grossistes, groupements d'achat, chaînes, opérateurs de concessions pour définir sa stratégie de négociation
Piloter son entretien de négociation

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Les échanges bienveillants sont interactifs et restent 100% des cas opérationnels
- Quizz « culture Gé » sur l'univers Food Service et les composantes du métier de négociateur
- Simulations de négociation construites sur la base de situations du marché Food Service
- Etude de cas de relations tripartites : identifier les clés d'activation

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.

Coaching

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)

NOS FORMATEURS



Pierre LAURANS

Ex directeur marketing / directeur international



Aurélie PRADEL

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

POPULATION CONCERNÉE : directeurs de département Foodservice, responsables grands comptes, comptes-clés, responsables de force de vente CHF ou de développement des ventes

PRE-REQUIS : Expérience commerciale en environnement Foodservice souhaitable..

JOUR 1

I - DÉCRYPTER LA CULTURE DE L'ACHAT EN FOOD SERVICE

- Les caractéristiques-clefs du réseau Food Service :
 - Restauration sociale vs restauration commerciale
 - Les intervenants achats : centrales d'achats/groupements, grossistes, cash & Carry, opérateurs de concessions ...)
- Chiffres clés et évolutions récentes

La relation tripartite : producteur / distributeur / utilisateur

Quelles conséquences sur :

- La feuille de route de l'acheteur // Les stratégies d'achat & de négociation
- Les enjeux // La matrice de l'acheteur

II - COMPRENDRE LES FONDAMENTAUX DE LA NÉGOCIATION

- Les éléments clés de la négociation : cerner le « curseur du négociable »
- Distinction négociable vs non négociable / Les leviers de négociation

III - PRÉPARER SA NÉGOCIATION

- Le contexte d'achat: appel d'offre, gré à gré, mixte
- Poser les enjeux / Poser ses CGV
- Construire sa matrice des objections et contreparties l'approche SWOT

JOUR 2

I - CERNER LE « THÉÂTRE DE LA NÉGOCIATION »

- Le « rituel » de la conduite d'une négociation en 4 étapes
- La gestion des situations conflictuelles

II - S'ADAPTER AU PROFIL DE L'ACHETEUR POUR MIEUX L'INFLUENCER ET LE CONVAINCRE

- Définir 4 profils-types d'acheteurs, analyser leurs réactions spécifiques
- L'adaptation au profil : savoir comment réagir en fonction du profil-type rencontré (ce qu'il faut faire et ne pas faire avec chacun)
- Appréhender les composants essentiels de la négo-communication : l'écoute active, le silence, le questionnement, la reformulation...

III - JEUX DE RÔLE

- Traiter les situations complexes des négociations rencontrées en Food Service (négociations d'opérations commerciales, approche merchandising en Cash & Carry, optimisation des flux...)
- Adopter les postures adaptées et appuyées sur la rationalité, là où l'acheteur tente d'imposer de l'émotion et de la pression psychologique / S'entraîner à rééquilibrer la relation commerciale

Les entraînements apportent des acquis qui peuvent être exploités dès la fin de la formation chez vos clients

- Feedbacks et partages d'expérience sont au cœur de cette session destinée à progresser sur tous les aspects de la négociation



06 & 07 AVRIL
10 & 11 JUIN
07 & 08 SEPTEMBRE



DE 9H30
À 17H30

2 JOURS

14

HEURES
PRÉSENTIELLES



1430,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNERS INCLUS



PARIS



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

**VISIO DE 2 HEURES****DECODER L'APPEL D'OFFRE EN MDD**

A TRAVERS CET ATELIER, NOUS VOUS ACCOMPAGNERONS AFIN DE TRAITER LES POINTS ESSENTIELS D'UN APPEL D'OFFRE QUI DOIVENT DÉTERMINER VOTRE NIVEAU D'ENGAGEMENT.

LES OBJECTIFS :

- Identifier les contraintes figurant dans un appel d'offre et qui peuvent peser sur l'exécution du contrat de fabrication
- Valider l'intérêt de l'appel d'offre pour votre entreprise afin d'adapter vos réponses et calibrer vos prérequis
- Qualifier le type d'appel d'offre proposé afin de mieux mettre en valeur votre savoir faire et vos produits au vu des critères de choix annoncés et des exigences formulées

CONTENU DE L'INTERVENTION :

- Rappel du principe de l'AO en MDD
- Savoir organiser la réponse à un appel d'offre : analyse du cahier des charges et des CGAA du client, gestion en mode projet
- Comprendre et identifier le type de demande et ses implications
- Traitement des différents type d'AO (renouvellement, remplacement, nouveau produit..)
- Construire et argumenter votre champ d'engagement client pour permettre une relation efficace et cohérente avec votre stratégie d'entreprise

VOTRE CONTACT COMMERCIAL : Isabelle LE LAMER CARRARA

i.carrara@arkose.net – 06.30.97.32.89



320 € HT PAR PARTICIPANT
SUPPORT INCLUS

NOTRE CONSULTANT**2021**

LE 23 FEVRIER
LE 8 AVRIL
LE 8 JUIN



CLASSE VIRTUELLE
DE 2H00 DE 9H30 À 11H30



Pierre LAURANS
Ex directeur marketing et
international

ARKOSE 2021 TECH'WORKSHOP



VISIO DE 3 HEURES : RÉPONDRE AUX QUESTIONS QUI TUENT EN MDD

**Objectif: comment répondre aux injonctions ou demandes complémentaires
« imprévues » des acheteurs de MDD en cours de marché .**

LES OBJECTIFS :

- Faire face aux demandes & pressions complémentaires des acheteurs de MDD en sortie de confinement
Définir posture et méthodologie de réponse pour maintenir une position d'équilibre dans la relation

CONTENU DE L'INTERVENTION : Les demandes ou questions de l'acheteur qui seront abordées sont :

- « Le confinement a impacté nos marchés; je veux une **participation budgétaire** au plan d'animation de notre MDD pour soutenir l'activité »
- « Nous avons dépassé les objectifs de ventes prévus au contrat; je veux un **budget complémentaire** pour récompenser ces bons résultats
- « **Nous réaménageons notre site de commande** « on line » pour améliorer la présentation des gammes MDD et mieux répondre à la demande ;je vous demande une **participation de x% du CA pour ce réaménagement** »
- « Malgré la sortie du confinement , votre **taux de service ne remonte pas et cela désorganise nos flux**; nos CGA imposent une pénalisation pour tous les retards constatés depuis le 11 mai »

Mais aussi les « classiques » :

- « Tout changement de prix quelle qu'en soit la cause (y compris la hausse des matières premières) entrainera le déclenchement d'un nouvel appel d'offre ! »
- « vous fabriquez aussi la MDD de notre concurrent et vos prix ne nous permettent pas de nous aligner , expliquez moi »
- « nous massifions nos achats sur plusieurs pays et votre produit doit s'y adapter »

VOTRE CONTACT COMMERCIAL : Isabelle LE LAMER CARRARA i.carrara@arkose.net – 06.30.97.32.89



480 € HT PAR PARTICIPANT
SUPPORT INCLUS

NOTRE CONSULTANT



LE 24 FEVRIER
LE 13 AVRIL
LE 3 JUIN



CLASSE VIRTUELLE
DE 3H00 DE 9H00 À 12H00



Pierre LAURANS
Ex directeur marketing et
international

« UP DATE » CADRE JURIDIQUE POUR PREPARER LES NEGOCIATIONS 2022

Formation distancielle

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Comprendre le cadre légal, ses applications jurisprudentielles ainsi que les avis et recommandations

Utiliser ces règles de droit comme outils dans la relation industrie-commerce

Appréhender les dérives possibles des enseignes

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Connaître les outils juridiques pratiques :

- les règles de droit et notamment la nouvelle proposition de loi AN 3150 du 30 juin 2020
- les jurisprudences
- les avis et recommandations de la CEPC notamment :
 - recommandation 19-1 de janvier 2019 relative aux pénalités logistiques applicables à la relation industrie-commerce
 - recommandation 20-1 de juillet 2020 relative aux effets de la crise sanitaire dans la GSA
- 3 classes virtuelles collectives de 1h30
- Intersession : Quiz des acquis
- Feedback collectif de 1h30 heure, en classe virtuelle
- + 30 minutes de débriefing individuel par téléphone

NOS FORMATEURS



Adélaïde ROBARDEY-ROCHE
Avocat au Barreau de Paris
Société L.A Solution Avocats
*spécialisée dans les relations
commerciales industrie-commerce*



Laetitia LEMMOUCHI-MAIRE
Avocat au Barreau de Paris
Société L.A Solution Avocats
*spécialisée dans les relations
commerciales industrie-commerce*

POPULATION CONCERNÉE : Directions commerciales, directions de développement, décisionnaires de la stratégie commerciale, cadres supply chain et DAF

PRE-REQUIS : Négocier et contractualiser avec les enseignes

1 LES REGLES DE DROIT ISSUES DU CODE DE COMMERCE

- **Les règles issues du chapitre 1 du titre IV « De la transparence dans la relation commerciale »**
 - Les conditions générales de vente
 - La négociation et la formalisation de la relation commerciale
 - Conventions écrites
 - Clause de renégociation
 - La facturation et les délais de paiement
 - Facturation
 - Délais de paiement
- **Les règles issues du chapitre 2 du titre IV « Des pratiques commerciales déloyales entre entreprises »**
 - Des pratiques restrictives de concurrence
 - Des autres pratiques prohibées
- **La proposition de loi AN 3105 du 30 juin 2020**

2 LES JURISPRUDENCES RENDUES PAR LES TRIBUNAUX ET L'AUTORITE DE LA CONCURRENCE

3 LES AVIS ET RECOMMANDATIONS DE LA CEPC

- recommandation 19-1 de janvier 2019 relative aux pénalités logistiques applicables à la relation industrie-commerce
- recommandation 20-1 de juillet 2020 relative aux effets de la crise sanitaire dans la GSA Qu'est ce qu'une pénalité ?
- recommandation n° 10-01 relative à l'élaboration des contrats de marques de distributeurs
- avis portant sur le champ d'application de l'article L. 441-7 du Code de commerce (nouvel article L. 441-3) dans un contexte international

CONCLUSION



A DEFINIR



**CLASSE
VIRTUELLE
DE 10H30 À
À 12H00**

1 JOUR

**7 HEURES
DISTANCIELLES
INCLUANT LE
TRAVAIL DE
L'INTERSESSION**



**850,00 € HT
SUPPORT INCLUS**



**CLASSE
VIRTUELLE**



**QUIZ
D'ÉVALUATION**



**QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION**

Construire ses CGV et réduire ses pénalités

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Prendre conscience que **les CGV ne sont pas une contrainte juridique** mais constituent un outil de négociation et d'exécution indispensable à la relation commerciale

Faire vivre ses CGV lors de la négociation mais aussi lors de l'exécution de la relation commerciale pour **optimiser** le développement de son **CA** et limiter les sources de pénalités

Déterminer les composantes utiles des CGV face à la documentation contractuelle importante des enseignes (accord commercial, conditions logistiques, charte d'éthique, code de bonne conduite, conditions d'utilisation du portail, etc.)

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Déterminer les composantes essentielles d'une relation achat-vente et les composantes spécifiques à chaque industrie

Anticiper les sources de pénalités et les points de négociation utiles avec l'enseigne

Connaître les outils juridiques pratiques :

- les règles de droit et notamment la nouvelle ordonnance du 24 avril 2019
- les jurisprudences
- les avis et recommandations de la CEPC notamment celle de janvier 2019 relatives aux pénalités logistiques applicables à la relation industrie-commerce

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

NOS FORMATEURS



Laetitia LEMMOUCHI-MAIRE
société L.A Solution Avocats
avocate au Barreau de Paris
*spécialisée dans les relations
commerciales industrie-commerce*



Olivier LAURIOL
Fondateur Arkose associé
Ex acheteur Intermarché

POPULATION CONCERNÉE : directions commerciales, directions de développement, décisionnaires de la stratégie commerciale, cadres supply chain et DAF.

PRE-REQUIS : Etre concerné dans la construction des outils de charte tarifaire.

PRÉAMBULE

Comment se définissent les CGV, pour quels produits sont-elles légitimes (MN, MDD), dans quels circuits, et quelle en est la finalité ?

I – LA STRATÉGIE D'ÉLABORATION DES CGV

Identification des composantes utiles des CGV

- quelles sont les conditions de vente que le fournisseur accepte d'assumer et comment les formaliser (définition d'indicateurs) ?
- quels sont les points de vigilance, tout au long de la chaîne de valeur, pour anticiper les risques de pénalités ?
- quels sont les points critiques sources de litiges ?
- quelles sont les informations que vous souhaitez partager, avec vos clients, pour améliorer votre performance ?

Identification des risques à parer

- comment contrer avec des CGV complètes la logique de négociation en 9xnet d'un acheteur ?

Appréhension des outils de négociation pour soutenir les CGV

- les règles de droit
- les jurisprudences
- les avis et recommandations de la CEPC applicables à la relation industrie- commerce

II – LA STRATÉGIE DE NÉGOCIATION DES CGA ET D'EXÉCUTION DES CGV

Détermination du cadre d'exécution

- quelle réponse à apporter à la documentation contractuelle des enseignes (réserves, avenants, etc.)
- quelle exécution en l'absence d'acceptation expresse par l'enseigne des CGV et/ou des réserves ou avenants émis ?

Détermination et communication des indicateurs de suivi internes et/ou partagés focus*

- taux de service
- identification de la part représentative du montant des pénalités sur votre CA sur l'année

**(recommandation 19-1 de la CEPC)*



A DEFINIR



DE 9H30
À 17H30

1 JOUR

7 HEURES
PRÉSENTIELLES



890,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNER INCLUS



PARIS



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Construire et mettre en place une stratégie trade marketing performante

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Acquérir les outils nécessaires à la mise en place d'actions TRADE conjointes fournisseur – distributeur pour mieux accompagner vos clients

Comprendre les leviers de développement du business en magasin, développer le sell-out

Mesurer l'efficacité de ses actions (mesure des performances et retour sur investissement)

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Un mix équilibré d'apport méthodologique et d'ateliers / mises en situation permettant une meilleure compréhension des concepts et une appropriation accélérée
- Participation du groupe et échanges
- Etude de cas

POUR ANCRER LA SESSION

Coaching

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)

NOS FORMATEURS



Pierre LAURANS

Ex directeur marketing / directeur international

POPULATION CONCERNÉE : Trade marketer, Category manager, Responsable de secteur, Merchandiser

PRE-REQUIS : connaissance des fondamentaux de la distribution et de la démarche marketing.

CHAPEAU GÉNÉRAL SUR LE TRADE MARKETING

- Quiz interactif

RAPPEL DES TENDANCES D'ÉVOLUTION DES COMPORTEMENTS D'ACHATS ET IMPACT SUR LE COMMERCE

DIAGNOSTIC D'UNE OPÉRATION TRADE RÉUSSI :

- Contexte/mécanisme/résultats
- Ingrédients du succès
- Cas pratique

DIAGNOSTIC D'UNE OPÉRATION FLOP

- Contexte/mécanisme/résultats
- Ingrédients du flop
- Cas pratique

CONSTRUCTION D'UN PLAN TRADE MARKETING CLIENT – CAS PRATIQUE

- Quels éléments à recueillir sur le client ?
 - Point business & situation à date vs objectifs
 - Assortiment et situation concurrentielle
- Pour quels objectifs commerciaux ?
 - Quels produits/quelles gammes
 - Quels objectifs commerciaux globaux (DN/DV/typo/assortiment/exposition/CA projeté/rotations...)
 - Quels objectifs spécifiques enseignes
 - Quelles actions d'accompagnement ?
 - Actions dans le cadre du plan marketing national :
 - Actions spécifiques enseignes
 - Mécanismes et articulation vs le plan marketing
 - Résultats attendus & contrôle
 - Moyens alloués



16 & 17 JUIN
28 & 29 SEPTEMBRE



DE 9H30
À 17H30

2 JOURS

14 HEURES
PRÉSENTIELLES



1430,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNERS INCLUS



PARIS



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Développer votre démarche catégorielle pour une meilleure efficacité commerciale

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Se positionner en expert de la catégorie

Renforcer le partenariat avec le distributeur en identifiant des leviers de croissance

Tirer profit de la revue de marché

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Une démarche catégorielle adaptée à votre entreprise
- Une mise en application rapide et simple
- Un formateur Spécialiste category management stratégique et enseigne
- Une mise à disposition d'une boîte à outils pour mettre en œuvre ce qui a été appris au cours de la formation

Coaching

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)

NOTRE FORMATEUR



Fabrice CANTET

Formateur en category management,
merchandising

POPULATION CONCERNÉE : Directeurs responsables du category management, Category managers, responsables marketing, responsables commerciaux, KAM, responsables du développement des ventes, Fonction vente souhaitant créer de la valeur durable grâce au category management..

PRE-REQUIS : connaissance des fondamentaux de la distribution et du marketing.

I - APPORTS ET MISSIONS DU CATEGORY MANAGER

- Rôle par rapport au marketing et au commercial
- Category management marque nationale et MDD
- Indices de performance

II - COMPRENDRE LES ORGANISATIONS CLIENTS ET Y ADAPTER SON DISCOURS

- Définir la stratégie catégorielle des enseignes
- Connaître l'organisation client et la répartition des rôles
- Ephéméride de la relation commerciale

III - PRÉPARER LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE LA REVUE DE MARCHÉ (OFFRE, SHOPPER, ...)

- Analyser marché et le structurer
- Connaître l'offre
- Définir son SWOT enseigne
- Recueillir les informations nécessaires
- Positionner sa(ses) marque(s)
- Connaître son shopper

IV - LA BOÎTE À OUTILS ET LES LEVIERS D'ACTION SUR LES «4P» (GAMME, PROMOTION, PRIX, MERCHANDISING)

- Connaître les tendances de consommation
- Construire l'assortiment optimum
- Proposer un plan promotionnel
- Développer un merchandising

V - BÂTIR UN DIAGNOSTIC ENSEIGNE (ASSORTIMENT, LINÉAIRE, PLAN DE CROISSANCE, ...)

- Apporter une vision catégorielle
- Contribuer à la croissance de l'enseigne
- Mesurer l'apport de chaque action, proposition
- Argumenter sur la valeur-ajoutée de l'entreprise en s'adaptant au client

VI - AVOIR LE BON COMPORTEMENT

- S'adapter au profil client
- Trucs et astuces



**2 FEVRIER
9 MARS
7 AVRIL**



**DE 9H30
À 17H30**

1 JOUR

**7 HEURES
PRÉSENTIELLES**



**790,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNER INCLUS**



PARIS



**QUIZ
D'ÉVALUATION**



**QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION**

Bâtir votre revue de marché pour consolider vos axes de négociations 2021

Formation distancielle

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Vendre sa stratégie commerciale et marketing
Renforcer le partenariat avec le distributeur en identifiant des leviers de croissance
Tirer profit de la revue

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES EN DISTANCIEL

- 3 Webinaires de 1 heure 30
- **Intersession** sur un cas pratique : préparer votre revue de marché avec une enseigne majeure pour eux
- Feedbacks collectif en Webinaire (1h30)
- + 30 minutes de débriefing individuel en Webinaire sur le cas pratique préparé en intersession

Le +

- Une démarche catégorielle adaptée à votre entreprise
- Un formateur Spécialiste category management stratégique et enseigne
- Une mise à disposition d'une boîte à outils pour mettre en œuvre ce qui a été appris au cours de la formation

Coaching

POUR ANCRER LA SESSION

Cette formation peut être complétée par un accompagnement personnalisé centré sur la mise en œuvre des nouvelles compétences.

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

NOTRE FORMATEUR



Fabrice CANTET

Formateur en category management,
argumentation, merchandising

POPULATION CONCERNÉE : Directeurs responsables du category management, Category managers, responsables marketing, responsables commerciaux, KAM, responsables du développement des ventes, Fonction vente souhaitant créer de la valeur durable grâce au category management..

PRE-REQUIS : connaissance des fondamentaux de la distribution et du marketing.

I - RÔLE ET MISSIONS DU CATEGORY MANAGER

- Apports de l'approche catégorielle pour l'entreprise et pour le distributeur
- Interactions avec les services de l'entreprise
- Indices de performance

II - ADAPTER SON DISCOURS CLIENTS

- Connaître l'organisation client et la répartition des rôles
- Maîtriser la vision catégorielle des distributeurs
- Ephéméride de la relation commerciale

III - IDENTIFIER SES SOURCES D'INFORMATION

- Sources internes et externes
- Tableaux de bord
- Outils de pilotage

III - PRÉPARER L'ARTICULATION DE LA REVUE DE MARCHÉ (OFFRE, SHOPPER, ...)

- Analyser marché et le structurer
- Connaître l'offre et les tendances de consommation
- Positionner sa(ses) marque(s)
- Connaître son shopper

IV - PROPOSER SA PALETTE DE LEVIERS DE CROISSANCE (GAMME, PROMOTION, PRIX, MERCHANDISING)

- Présenter sa stratégie catégorielle
- Construire l'assortiment optimum
- Proposer un plan promotionnel
- Développer un merchandising

V – S'ADAPTER A LA SITUATION :

- Différence entre présentiel et distanciel
- Structurer une présentation évolutive
- Maîtriser les messages clés

VI – EXERCICES PREPARATION REVUE DE MARCHÉ

- Synthèse collective
- Débriefing personnalisé

3 CLASSES VIRTUELLES + FEEDBACK COLLECTIF



2021

MAI :

17 MATIN ET APRÈS MIDI
18 MATIN, 21 MATIN

JUIN :

14 MATIN ET APRÈS MIDI
15 MATIN, 18 MATIN



DE 9H30 À 11H00
ET 14H00 À 15H30

1 JOUR

7

HEURES
DISTANCIELLES



790,00 € HT
SUPPORT,
INCLUS



CLASSE
VIRTUELLE



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Activez avec succès la synergie merchandising / vente en magasin

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Inscrire durablement les leviers Merchandising dans la politique commerciale
Utiliser le duo vente/merchandising comme un levier de croissance
Revisiter les techniques de vente en intégrant la démarche merchandising

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Alternier les séquences Merchandising et Techniques de vente
- Encourager l'interaction
- Pour chaque thème
 - La théorie
 - S'entraîner à la mise en pratique

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

NOS FORMATEURS



Fabrice CANTET

Formateur en category management,
merchandising

POPULATION CONCERNÉE : DDV, Catman, vendeurs expérimentés missionnés sur le merchandising en région et/ou en centrales régionales

PRE-REQUIS : Connaître les fondamentaux du marketing et du merchandising ou avoir une expérience commerciale terrain

Contenu du Programme | Certifié Datadock

I - INTRODUCTION : TOUR DE TABLE

- Tour de table des attentes – Notre cadre de travail
- Echauffement: 10 questions en ligne (Simac)

II - CONNAISSANCE GÉNÉRALE EN MERCHANDISING

- Atelier : Merchandising : c'est quoi ? Pour quoi faire ? (Pêle mêle)
- Pour un magasin : Les priorités du chef de rayon, et le merchandising ?
- Codes de langage, merchandising catégoriel, de marque, de combat, « le consommateur en situation d'achat », différentes zones.
- Cas pratique : Comment expliquer en une phrase l'intérêt du merchandising pour mon interlocuteur

III - MÉTHODE DE VENTE SIMAC OU 4 C : FOCUS SUR LE QUESTIONNEMENT

- Atelier découverte
- Etapes de la vente : l'art du questionnement (boîte à outil)
- Mise en pratique : questionnement spécifique au merchandising

IV - COMMENT MESURER LA PERFORMANCE D'UN RAYON ?

- Atelier : quels chiffres exploiter ?
- Inventaire des indicateurs, chiffres clés, versus « shopper » et « magasin »
- Construction d'un linéaire: PdL, facing,...
- Mise en pratique : Quels indicateurs vais-je exploiter dans mon rendez-vous ?

V - MÉTHODE DE VENTE : SE SYNCHRONISER

- Atelier : Comment augmenter son impact dans le face à face ?
- Tous les leviers à ma disposition – les profils d'acheteurs
- Mise en Pratique : Comment engager mon client dans une démarche merchandising ?

VI - DIAGNOSTIC MERCHANDISING-FAIRE DU MERCHANDISING PRO-ACTIF

- Atelier : questions, informations à recueillir en magasin
- Parcours client/shopper, connaissances client/concurrence, chiffres clé
- Recadrage : identifier les problématiques à résoudre sur un rayon Hiérarchiser ses objectifs

VII - MÉTHODE DE VENTE : ARGUMENTATION 360° ET TRAITEMENT DES OBJECTIONS

- Atelier : Forces & Faiblesses (marques / enseignes)
- Méthodes de traitement des objections

VIII - SUIVI DOSSIER MERCHANDISING

- Fixer des indicateurs de performance merchandising avec son client
- Inscrire la démarche à long-terme et augmenter le partage d'infos
- Comment verrouiller l'engagement post RDV ?



24 MARS
27 MAI
17 NOVEMBRE

2021



DE 9H30
À 17H30

1 JOUR

7 HEURES
PRÉSENTIELLES



790,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNER INCLUS



PARIS



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Vente efficace : Convaincre en 3 minutes !

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

- Savoir exprimer la valeur ajoutée de vos propositions commerciales en un temps extrêmement réduit.
- Bâtir une stratégie d'entretien de vente basée sur votre capacité à poser les bonnes questions au bon moment.
- S'appuyer sur la **préparation mentale** pour booster votre impact dans le face à face client.

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- 60% du temps alloué à l'expérimentation
- Feedbacks immédiats à l'issue des mises en situation.
- Nombreux ateliers de co-construction qui permettent de progresser dans l'approche de vente efficace
- Nous proposons également une bibliographie complète « pour aller encore plus loin » et approfondir des points particuliers du programme.

Coaching

POUR ANCRER LA SESSION

Fortement conseillé pour valider les acquis, chaque participant ayant suivi une formation pourra s'engager individuellement afin de définir les plans d'action dans son 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)

NOS FORMATEURS



Ali MENNAI

Ex cadre commercial
Spécialisé dans la vente
à fort enjeux



Aurélie PRADEL

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

POPULATION CONCERNÉE : Cette formation est destinée aux équipes commerciales.

PRE-REQUIS : Première expérience de vente, itinérante ou nomade, avec la gestion d'un portefeuille clients (actifs et prospects)

J1

VOTRE VALEUR AJOUTEE PASSEE AU CRIBLE DES ACHETEURS

- Définition du périmètre des attentes de vos clients
- Faire coïncider les attentes respectives du client et du fournisseur
- Construction des piliers de votre valeur ajoutée
- Exemple d'ateliers:
 - #1 : *Pourquoi nos clients travaillent-ils aujourd'hui avec nous ?*
 - #2 : *Argumenter avec persuasion pour développer l'engagement de nos clients.*
 - #3 : *Comment exprimer notre valeur ajoutée de façon impactante ?*

DEVELOPPER VOTRE CAPACITE DE QUESTIONNEMENT

- Le questionnement au service de l'agilité relationnelle
- La check-list des questions impactantes
- Les facteurs clés de succès : Questionnement – Ecoute – Feedback en situation de vente
- Exemple d'ateliers:
 - #1 : *Mesurer l'efficacité de son questionnement.*
 - #2 : *Formuler ses questions pour en maximiser l'efficacité, acquérir des automatismes.*

LA PREPARATION MENTALE AU SERVICE DE L'ENTRETIEN DE VENTE

- De la préparation chiffrée à la préparation mentale
- La synchronisation : technique fondamentale pour améliorer sa communication.
- Exercice de Visualisation : 3 mn pour convaincre

J2

JEUX DE RÔLE/TRAINING FACE À UN PROFESSIONNEL DES ACHATS

- Immersion dans la tête d'un acheteur
- Focus sur les notions clés du face à face en rdv
- Premiers entraînements hors de votre contexte habituel sur une situation de vente
- Entraînements dans le cadre d'une situation adaptée à votre quotidien et à votre contexte
- Les participants passent à tour de rôle et bénéficient d'un debriefing complet. Tous les cas sont travaillés en amont en J1

CONCLUSION :

- Engagements individuels
- Feedback collectif de fin de session par le formateur
- Evaluation des animateurs par les participants



NOUS CONSULTER



DE 9H30
À 17H30

2 JOURS

14 HEURES
PRÉSENTIELLES



1 550,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNERS INCLUS



PARIS



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Manager coach : développer la motivation et l'engagement de vos équipes **Formation distancielle**

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Revisitez et booster vos pratiques managériales auprès de vos équipes opérationnelles
S'approprier les techniques fondamentales du coaching professionnel
Accélérez votre réussite professionnelle grâce au module management Insights Discovery

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Les nombreux ateliers interactifs vont permettre de rentrer au cœur de situations qui sont aujourd'hui les plus délicates et difficiles à gérer avec vos équipes (entretien d'évaluation, entretien de recadrage, entretien de motivation...)
- Partage d'expérience
- E-learning Insights Discovery
- Richesse des rapports individuels Insights Discovery. Le rapport vous appartient et n'est pas diffusé : il reste votre propriété.
- Techniques théâtrales, issues des métiers de l'improvisation pour développer ses capacités relationnelles
- 4 Classes virtuelles de 3H30

Coaching

POUR ANCRER LA SESSION

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)

NOS FORMATEURS



Laurent DUBOIS
Ex cadre commercial



Vincent TRIBOUT
La ligue majeure de l'improvisation
Comédien

POPULATION CONCERNÉE : Cette formation est destinée aux DR, CVR, DV, DNV.

PRE-REQUIS : Première expérience managériale,
être motivé pour se développer et re-challenger ses habitudes au quotidien

JOUR 1 : DU MANAGEMENT AU COACHING PROFESSIONNEL

ATELIER 1 : S'appuyer sur les résultats du rapport individuel Insights Discovery

Après avoir complété en amont de la session un questionnaire, vous identifierez vos points de forces actuels et vos zones de développement en tant que manager.

ATELIER 2 : Identifier les situations les plus délicates à gérer avec une équipe

Pour chaque situation, jeux de rôle à 3 pour déterminer les points d'appui et les axes de développement individuels.

Identification de ce qu'il faut faire/ce qu'il faut éviter.

L'animateur apportera ensuite des approches pratiques et opérationnelles pour gérer au mieux les situations concrètes. Pour conclure, à la fin de chaque situation, chaque manager complète sa feuille de développement personnel et construit à la fin de la session sa feuille de route individuelle pour progresser

ATELIER 3 : Evoluer du management classique vers le coaching professionnel

Savoir mener un entretien en tant que manager coach (processus).

Exemples de cas pratiques et mises en situation : prise de poste, première réunion régionale et nationale, Se positionner dans l'entreprise et expliquer sa feuille de route aux collaborateurs.

Cas particulier du management transversal.

ATELIER 4 : A la carte

Venez avec vos propres cas pratiques, nous prendrons du temps pour les aborder et pour trouver collectivement des solutions.

JOUR 2 : ENTRAÎNEMENT INTENSIF

Par les mises en situation « à la carte », un comédien va vous permettre de booster votre efficacité relationnelle

- Développez par les mises en situation en atelier théâtre votre capacité d'adaptation
- Trouvez de nouvelles pistes d'approches managériales
- Développez votre aisance verbale et votre langage corporel



15 & 16 MARS



DE 9H30 À 17H30
SÉQUENCÉ EN 4
CLASSES VIRTUELLES

2 JOURS 14 HEURES
DISTANCIELLES



1 550,00 € HT
SUPPORT ET
RAPPORT INSIGHT
DISCOVERY INCLUS



CLASSES
VIRTUELLES



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION



VISIO DE 2 HEURES

ANALYSE DES CONTRATS LOGISTIQUES DES
DISTRIBUTEURS ET DES PRESTATAIRES

A TRAVERS CET ATELIER, NOUS VOUS ACCOMPAGNERONS AFIN DE TRAITER VOS PROBLÉMATIQUES DE GESTION DES CONTRATS DE TRANSPORTS AVEC VOS PRESTATAIRES LOGISTIQUES ET VOS CLIENTS DISTRIBUTEURS

LES OBJECTIFS :

- Vous aider dans la **fixation des conditions logistiques** avec vos clients distributeurs et de vos prestataires logistiques et transport
- Maîtriser les **clauses essentielles du contrat**.

CONTENU DE L'INTERVENTION : ANALYSE DES CONTRATS LOGISTIQUES DES CLIENTS
DISTRIBUTEURS , DES PRESTATAIRES ET ÉTABLIR DES RECOMMANDATIONS :

- Rappel des clauses incontournables d'un **contrat**.
- **Obligations des parties** : mesurer les responsabilités des acteurs d'un contrat logistique.
- Les **obligations respectives** du donneur d'ordres et du prestataire.
- Gérer les **risques** liés au contrat : identification des zones de risques
- Comment traiter des demandes **d'augmentation de tarif** de vos prestataires logistiques et maîtriser l'indice gazole CNR , savoir négocier

VOTRE CONTACT COMMERCIAL : Isabelle LE LAMER CARRARA

i.carrara@arkose.net – 06.30.97.32.89



290 € HT PAR PARTICIPANT
SUPPORT INCLUS



2021

LE 28 JANVIER
LE 14 OCTOBRE
LE 16 NOVEMBRE
LE 9 DÉCEMBRE



CLASSE VIRTUELLE
DE 2 H 00 DE 9H30 À 11H30

NOTRE CONSULTANTE



Lydie FICHEUX

*Experte en supply Chain
Témoign grande distribution*



VISIO DE 2 HEURES PRECONISATION TOILETTAGE DES CGV EN MODE SUPPLY CHAIN

A TRAVERS CET ATELIER, NOUS VOUS ACCOMPAGNERONS AFIN DE TRAITER LES POINTS ESSENTIELS SUPPLY CHAIN A INTÉGRER DANS VOS CGV AFIN D'OPTIMISER LE FONCTIONNEMENT ENTRE VOUS ET VOTRE CLIENT

LES OBJECTIFS :

- Préparez 2022 en analysant les **CGV** sur la partie **Supply Chain** :
identification des points de **vigilances / blocages** et **amendement**
- Vous aider dans la fixation **des conditions logistiques** avec vos clients.
- Renforcer votre **discours** et vous préconiser des axes d'améliorations

CONTENU DE L'INTERVENTION :

PRÉCONISATION DE RÉDACTION DE CGV EN MODE SUPPLY CHAIN

- Vous aider dans la fixation des **conditions logistiques** avec vos clients.
- Renforcer des **paragraphes Supply Chain** afin de se prémunir des pénalités dues à des manquements de tout ordre comme la rupture produit, le non respect de ponctualité , défaut **DESADV** etc...
 - Quel engagement de performance « Taux de service » indicateur qui détermine le bon fonctionnement de la **relation** logistique entre vous et votre client, **réclamations** et **pénalités** logistiques, **Remises** logistiques...,
 - Quelles **données** et **informations** relatives au produit ?
 - **Livraisons** : les conditions précises du **transfert de propriété** - les conditions de transport...

VOTRE CONTACT COMMERCIAL : Isabelle LE LAMER CARRARA

i.carrara@arkose.net – 06.30.97.32.90



290 € HT PAR PARTICIPANT
SUPPORT INCLUS



2021

LE 16 MARS
LE 10 JUIN
LE 30 SEPTEMBRE
LE 4 NOVEMBRE



CLASSE VIRTUELLE
DE 2 H 00 DE 9H30 À 11H30

NOTRE CONSULTANTE



Lydie FICHEUX
Experte en supply Chain
Témoign grande distribution



VISIO DE 2 HEURES GESTION DES PENALITES AVEC UNE ENSEIGNE

A TRAVERS CET ATELIER, NOUS VOUS ACCOMPAGNERONS AFIN DE TRAITER VOS PROBLEMATIQUES PENALITES AVEC VOS CLIENTS DISTRIBUTEURS

LES OBJECTIFS :

- **Encadrer les risques de vraies pénalités** et ne jamais considérer que les pénalités puissent être «automatiques» qualifiables de pratiques abusives
- Acquérir les bons réflexes dans la lecture et **l'analyse des dérives** des clients et mesurer les impacts dans son compte d'exploitation
- S'appuyer sur la **recommandation 19-1 de la CEPC sur les pénalités logistiques**

CONTENU DE L'INTERVENTION : GESTION DES PÉNALITÉS :

- **Pénalités logistiques** imposées par vos clients : retard de livraison, fermeture de code sans prévenir (notion de force majeure et/ou de circonstances exceptionnelles)
- **Ce qu'est une pénalité** et dans quelles conditions est-elle légitime : quelles sont les sources de pénalités au sein de votre entreprise ?
- Son encadrement par **l'idée de normalité ou d'anormalité** du critère de dysfonctionnement pris par le distributeur.
- L'action en cas de déduction d'office

VOTRE CONTACT COMMERCIAL : Isabelle LE LAMER CARRARA

i.carrara@arkose.net – 06.30.97.32.90



290 € HT PAR PARTICIPANT
SUPPORT INCLUS



2021

LE 21 JANVIER
LE 09 FEVRIER
LE 18 FEVRIER
LE 8 AVRIL
LE 8 JUILLET
LE 29 SEPTEMBRE
LE 2 NOVEMBRE



CLASSE VIRTUELLE
DE 2 H 00 DE 9H30 À 11H30

NOTRE CONSULTANTE



Lydie FICHEUX
Experte en supply Chain
Témoin grande distribution

Descriptif des formations

Réseaux Santé



La négociation de fin d'année avec les groupements et grossistes-répartiteurs se profile sur fond de COVID 19 : préparez votre stratégie et votre posture

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

- Après la renégociation de certains termes de l'accord 2021 en fin de 1er semestre, quels sont les axes que la négociation avec les groupements et grossistes-répartiteurs peut prendre pour 2021, sur fond de crise sanitaire?
- Comment le KAM va-t-il construire ses scénarii de négociation, son argumentation et le traitement des demandes - objections de l'acheteur/category manager ?
- Comment faire face aux méthodes d'achat que vos clients adoptent dorénavant, notamment sous l'influence de responsables venant de la grande distribution ?

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Analyse du processus de négociation entre un KAM de laboratoire et son client pharmacie ou parapharmacie
- Prise en compte de l'actualité des enjeux de négociation. Co-construction du traitement des demandes et objections des acheteurs
- Jeux de rôle/mises en situations, face à l'acheteur. La simulation sera pilotée par un ex acheteur de GMS, avec commentaires et débriefings ajustés en temps réel.

Coaching

POUR ANCRER LA SESSION

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

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

NOTRE FORMATEUR



Olivier LAURIOL

Consultant, fondateur du cabinet
ARKOSE Consulting, spécialiste en
stratégie de négociation avec
connaissance du cadre juridique

POPULATION CONCERNÉE : Directions commerciales et équipes commerciales, directions de développement, décisionnaires de la stratégie commerciale

PRE-REQUIS : Être acteur et partie prenante de la construction et du déroulé de rdv de négociation

MODULE 1: ETAT DES FORCES EN PRESENCE (ATELIER 1H30))

Qu'a-t-on appris de la négociation 2021, notamment dans le contexte du COVID 19?

- Des demandes rituelles aux nouvelles demandes liées au Covid 19 : à quels scénarii s'attendre de la part de nos clients pour négocier le plan d'affaire 2022?
- Décoder le pouvoir et la posture de l'acheteur dans son environnement quotidien
- Quels sont les points de force que le KAM doit ancrer avant la négociation pour influencer son client ?

MODULE 2 : ENTRER DANS LA NEGOCIATION (CAS PRATIQUE 1H30)

- Construire sa « posture de 1^{er} rang » : quelles sont les questions, positions et postures-types que le KAM doit adopter face aux 1^{eres} demandes de l'acheteur?
- Structurer sa négociation autour du « point affiché, du point de rupture et de son objectif réel »
- Préparer sa grille de contreparties/concessions
- Garder le rythme de la négociation à son avantage en contrôlant l'objet et le temps de la négociation.

MODULE 3: PILOTER SA NEGOCIATION (MATCH DE NEGOCIATION 1H30)

- Traiter les demandes-types des groupements en 2022: garantie de BFA, report de paiement, demande de ristournes sans contreparties....

MODULE 4: GERER LA POSTURE CONFLICTUELLE EN ENTRETIEN (MATCH DE NEGOCIATION)

- Les tactiques de pilotage de la négociation en phase conflictuelle
- S'appuyer sur le cadre juridique pour revendiquer une négociation « normale »: contreparties et respect des mécanismes d'équilibre dans le rapport commercial.

CONCLUSION :

- 5 verbatim-clefs de traitement de chacune des demandes-types de l'acheteur
- 10 tactiques d'achat ritualisées par la GMS qui se développent en pharmacie et parapharmacie: à faire et à ne pas faire en tant que KAM pour y répondre.


28 SEPTEMBRE
03 NOVEMBRE
2021


1 JOUR
DE 9H30 À 17.30

7 HEURES EN PRESENTIEL


890,00 € HT / PARTICIPANT
SUPPORT INCLUS




FEEDBACK DE FIN DE SESSION


QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION

Coaching et hot line « à la carte » de vos négociations 2021 avec le réseau pharmacie et parapharmacie

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Vous accompagner, « à la carte » et en « hot line », dans la préparation et la conduite de vos négociations avec les groupements, grossistes-répartiteurs et pharmacies « XXL » en 2021/2022
Vous garantir une très forte réactivité (sous 48H), 100% orientée sur des solutions concrètes et opérationnelles, avec une très forte valeur ajoutée commerciale et juridique.
L'approche peut être collective et/ou individuelle, en partant toujours du cadre défini de votre politique commerciale 2021/22

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Rompus depuis plusieurs années à cet exercice, nous vous proposons un accompagnement unique piloté par un chef de projet qui saura solliciter les expertises chez Arkose en fonction de vos besoins
- Croiser une vision pragmatique des 3 expertises d'Arkose (vente, achat et juridique) qui permette d'explorer 100% du périmètre de vos négociations
- Feedbacks immédiats pour vous permettre d'identifier vos meilleurs scénarii et postures possibles

POUR ANCRER LA SESSION

Coaching

Fortement conseillé pour valider les acquis, chaque participant ayant suivi une Ces démarches peuvent être complétées par un accompagnement centré sur la mise en œuvre de nouvelles compétences individuelles ou d'un groupe

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

NOS FORMATEURS



Laurent DUBOIS
Ex cadre commercial
Spécialisé dans la négociation à fort enjeux
Coach Professionnel Certifié



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



Olivier LAURIOL
Consultant, fondateur du cabinet ARKOSE Consulting, spécialiste en stratégie de négociation appuyée sur le cadre juridique



Gaël HICHRI
Avocat spécialisé en droit de la concurrence et de la distribution (produits de Grande distribution, produits pharmaceutiques et cosmétiques), Cabinet d'avocats MAGENTA

POPULATION CONCERNÉE : Comptes clés, Responsables d'Enseignes, Directeurs d'Enseigne, Directeurs des Clients Nationaux, Directeurs Commerciaux

PRE-REQUIS : Nous donner accès à votre politique commerciale, sous couvert d'un contrat de confidentialité

ETAPE 1 : ETAT DES LIEUX ET DES ENJEUX

- Actualité circuit : quels impacts de l'actualité sur la campagne de négociation 2022 ?
- Décrypter les messages envoyés par les groupements, grossistes-répartiteurs et pharmacies
- Analyse partagée de votre politique commerciale à 3 ans et de ses forces et faiblesses
- Vos forces et faiblesses et celles de vos clients

ETAPE 2 : BÂTIR SA STRATÉGIE PAR CLIENT

- Quelles stratégies de négociation construire au regard des enjeux de chiffre d'affaire et de rentabilité définis par votre politique commerciale ?
- Quelle prise de pouvoirs chez le client pour le sensibiliser à l'intérêt de votre politique commerciale pour ses propres objectifs ?
- Mises en situation des hypothèses de négociation et recadrage
- Quels jeux de concessions/contreparties préparer et comment piloter votre stratégie de négociation ?
- Muscler et actualiser vos tarifs et CGV
- Piloter vos négociations à partir d'un compte d'exploitation simplifié

ETAPE 3 : SE PREPARER ET FAIRE FACE AUX RENDEZ-VOUS DE NEGOCIATION

- Traiter les demandes, postures et pressions de l'acheteur, quelles qu'elles soient.
- Simuler à distance (ZOOM, TEAMS...) vos RDV avec entraînements collectifs et/ou individuels sur les situations les plus fréquentes et les plus complexes identifiées dans les séances préparatoires
- Anticiper les risques juridiques liés aux enjeux commerciaux
- Formaliser juridiquement vos accords



2021

A LA CARTE



A LA
CARTE

JOURS
A DÉFINIR

HEURES
PRÉSENTIELLES
A DÉFINIR



DEVIS SUR MESURE



DISTANCIEL
OU
PRESENTIEL



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Quels outils commerciaux et juridiques pour votre stratégie promotionnelle en pharmacie et parapharmacie? (OTC, dispositifs médicaux, cosmétiques et compléments alimentaires)

Formation distancielle

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Acquérir les bons réflexes juridiques et opérationnels sur la réglementation des pratiques commerciales et des opérations promotionnelles en pharmacie et parapharmacie

Déterminer, dans le laboratoire et avec le client, les leviers de collaboration entre le commercial et le juridique pour construire un plan promotionnel stratégique conforme à la réglementation

La formation couvrira la distribution et la promotion de médicaments OTC et de dispositifs médicaux, non soumis à prescription médicale et non remboursables, ainsi que des produits cosmétiques et des compléments alimentaires

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

2 classes virtuelles de 3 heures 30

Coaching

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 : o.lauriol@arkose.net](mailto:o.lauriol@arkose.net)

NOS FORMATEURS



Olivier LAURIOL
Fondateur Arkose associé
Ex acheteur Intermarché



Gaël HICHRI
Avocat spécialisé en droit de la concurrence et de la distribution (produits de Grande distribution, produits pharmaceutiques et cosmétiques), Cabinet d'avocats MAGENTA

POPULATION CONCERNÉE : Cette formation est destinée aux DG, JURISTES, DC, DMKT, CHEF DE PRODUITS, TRADE MARKETER, KAM.

PRE-REQUIS : Avoir au moins 1 an d'expérience de la relation client.

I - SAISIR LE CADRE DES NÉGOCIATIONS AVEC VOS DISTRIBUTEURS POUR CONSTRUIRE VOTRE STRATÉGIE PROMOTIONNELLE :

- Qui est mon interlocuteur ?
 - Statut réglementé des différents distributeurs (dépositaire, répartiteur, groupement, SRA, CAP, officine pharmacie)
- Quelle est la fonction de mon interlocuteur ?
 - Activités et modalités d'intervention des différents distributeurs
 - Qui fait quoi chez mon client dans la construction de la stratégie promotionnelle ?
- Comment travailler (ou non) avec mon interlocuteur ?
 - Quels documents communiquer pour la préparation de la négociation ?
 - Que négocier ?
 - Ce qui peut être proposé par le distributeur ?
 - Ce qui ne peut pas être proposé par le distributeur ?
 - Comment le KAM embarque-t-il ses départements Trade et légal dans la négociation ?
 - Comment formaliser la négociation avec le distributeur ?

II - CIBLER VOS OBJECTIFS PROMOTIONNELS POUR DÉFINIR VOTRE RÉPONSE BUSINESS ET JURIDIQUE OPTIMALE

- Quelle gamme de promotions pour quels objectifs stratégiques communs aux 2 partenaires :
 - Recrutement : BRI, échantillonnage....
 - Fidélisation : carte de fidélité, produits gratuits
 - Augmentation panier moyen : NIP ; BRI croisés
 - Challenges officines
- Quel est le cadre légal applicable ?
 - Les 5 principes fondamentaux de la promotion consommateur à garder en mémoire
 - Les 5 réflexes concernant la nature des produits promus et des distributeurs concernés à avoir à l'esprit
- Exemples d'opérations promotionnelles admises et condamnées



LES 27 & 29 AVRIL

2021



DE 9 H 00
À 12 H 30

2

DEMI-JOURNÉES

7

HEURES
DISTANCIELLES



890,00 € HT
SUPPORT INCLUS



PLATEFORME
TEAMS



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Le category management : Acteur fondamental de la croissance avec les groupements

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Démontrer sa valeur ajoutée et sa différenciation par rapport aux acteurs du marché
Identifier la stratégie du client pour renforcer le partenariat avec le groupement/l'officine
Proposer une palette de leviers de croissance autre que la négociation tarifaire

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES EN PRESENTIEL ET DISTANCIEL

- 3 classes virtuelles de 1 heure 30
- **Intersession** sur un cas pratique
- **Feedback collectif en classe virtuelle** (1h30) : Débriefing du cas pratique et recommandations
- **Feedback session individuelle** ½ heure de partage du cas avec le consultant sur les points critiques métier

Coaching

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 : o.lauriol@arkose.net](mailto:o.lauriol@arkose.net)

NOTRE FORMATEUR



Fabrice CANTET

Formateur en category management,
merchandising

POPULATION CONCERNÉE : Directeurs responsables du category management, Category managers, responsables marketing, responsables commerciaux, KAM, responsables du développement des ventes, Fonction vente souhaitant créer de la valeur durable grâce au category management

PRE-REQUIS : connaissance des fondamentaux de la Pharmacie et du marketing

I – MISSIONS ET VALEUR AJOUTEE DU CATEGORY MANAGER

- Mission opérationnelle du category auprès du client et sur le terrain
- Interactions avec les autres services
- Construire une approche catégorielle sur de la marque nationale : mesure des performances avec les groupements d'achat/officines
- Connaître son client (structure, objectifs, chiffres-clefs...)
- Distinguer produits remboursés / non remboursés, santé / beauté, dermatologie

II - DEVELOPPER UNE EXPERTISE MARCHÉ (PRÉPARER SA REVUE DE MARCHÉ)

- Analyser le marché et son offre
- Définir son SWOT groupement d'achat et identifier ses opportunités
- Positionner ses marques et valoriser son offre
- Connaître le client/consommateur en officine

III - OPTIMISER LES LEVIERS DE L'APPROCHE CATEGORIELLE POUR ADAPTER SON DISCOURS

- Assortiment : Optimisation de l'offre et vente des innovations
- Prix : assurer ses marges fabricant et défendre ses positions
- Merchandising : développer une approche spécifique aux différentes zones de vente
- Libre accès : multiplier les points de contact shopper

IV - ETABLIR UN DIAGNOSTIC OFFICINE OU GROUPEMENT D'ACHAT ET BÂTIR UN PLAN D'ACTION

- Apporter une vision catégorielle
- Contribuer à la croissance du groupement ou de l'officine
- Mesurer l'apport de chaque action et proposition
- Argumenter sur la valeur ajoutée de l'entreprise en fonction du profil client



4 classes virtuelles

Mai : 24 journée, 25 matin et 28 matin
Juin : 21 journée, 22 matin et 25 matin

1 JOURS

7 HEURES
DISTANCIELLES



790 €
SUPPORT INCLUS



A DISTANCE



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

VENDRE A L'OFFICINE UN PROJET MERCHANDISING COMME SOLUTION POUR SA RENTABILITE

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Appliquer la politique commerciale du laboratoire en officine par les outils merchandising de sell out
Préparer et vendre à l'officine son projet merchandising comme une solution pour son compte de résultat
Appliquer sa technique de vente dans cet objectif

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Alternier les séquences merchandising et techniques de vente
- Encourager l'interaction et la réflexion de groupe autour des bonnes pratiques
- Pour chaque thème:
 - un apport théorique
 - s'entraîner à la mise en pratique sur le terrain au quotidien

Coaching

POUR ANCRER LA SESSION

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

Devis à la demande : **nous contacter** : o.lauriol@arkose.net

NOTRE FORMATEUR



Fabrice CANTET

Formateur en category management,
merchandising

POPULATION CONCERNÉE : DDV, Catman débutants, vendeurs expérimentés missionnés sur le merchandising en région et/ou en centrales régionales

PRE-REQUIS : Connaître les fondamentaux du merchandising ou avoir une expérience commerciale terrain

I - INTRODUCTION : TOUR DE TABLE

- Tour de table des attentes – Notre cadre de travail

II – FAIRE LE POINT SUR CE QU'EST LE MERCHANDISING OPERATIONNEL

- Atelier : « le merchandising, c'est quoi, jusqu'où et pour quoi faire ? » (pêle-mêle)
- En quoi le merchandising est-il une solution essentielle pour l'attractivité et la rentabilité de l'officine ?
- Mise en pratique : « expliquer au client, en une phrase, l'intérêt d'un projet merchandising pour son officine »

III - MÉTHODE DE VENTE « SIMAC » OU « 4 C » : FOCUS SUR LE QUESTIONNEMENT

- Atelier : « préparer son projet merchandising : « qui, quoi, quand, comment et pour quoi faire »
- Etapes-clé de vente d'une solution merchandising : questionner et sensibiliser mon client (boîte à outils)
- Mise en pratique : « les mots et verbatims du questionnement à valeur ajoutée »

IV - MÉTHODE DE VENTE : SYNCHRONISER MA COMMUNICATION AVEC MON CLIENT

- Atelier : « augmenter mon impact et ma crédibilité dans le face à face avec mon client »
- Tous les leviers à ma disposition en fonction des profils d'achat de mon client
- Mise en pratique : « Comment engager mon client dans une démarche merchandising ? »

V - COMMENT EVALUER LA PERFORMANCE D'UN COMPTOIR OU DU LIBRE ACCÈS ?

- Atelier : « quels chiffres, indicateurs, données-clefs du marché et du client exploiter ? »
- Construire une proposition merchandising : part de linéaires, facing, niveau étagère,...
- Mise en pratique : « quels indicateurs vais-je exploiter dans mon rendez-vous ? »

VI - DIAGNOSTIC MERCHANDISING : PARTAGER LA SOLUTION AVEC L'OFFICINE

- Atelier : « questions, informations à partager avec mon client »
- Parcours consommateur, connaissances client/concurrence, chiffres-clé
- Recadrage : identifier les problématiques à résoudre en pharmacie. Hiérarchiser ses objectifs

VII - ARGUMENTATION 360° ET TRAITEMENT DES OBJECTIONS

- Atelier : « Forces & Faiblesses – Opportunités & Menaces (de la marque et de mon client) »
- Structurer et nourrir mon analyse merchandising pour créer de la valeur chez mon client
- Méthodes de traitement des objections

VIII - SUIVI DOSSIER MERCHANDISING

- Fixer des indicateurs de performance avec mon pharmacien
- Inscrire la démarche dans le long-terme et augmenter le partage d'informations
- Mise en pratique « comment conclure et verrouiller l'engagement post rendez-vous ? »

IX – ENTRAÎNEMENT / CAS CONCRET / MÉTHODE PRÉPARATION EXPRESS



23 MARS
26 MAI
18 OCTOBRE

2021



DE 9H30
À 17H30

1 JOUR

7 HEURES
PRÉSENTIELLES



790,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNER INCLUS



PARIS



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Boostez votre impact commercial en pharmacie En vous appuyant sur votre ADV / Service client

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

- Renforcer son assertivité dans le face à face client avec une argumentation orientée pharmacien.
- Prendre conscience de son potentiel en verbal et non verbal dans le face à face et oser la confrontation positive.
- Améliorer la collaboration avec l'équipe terrain.

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Feedbacks immédiats à l'issue des ateliers.
- Partages d'expériences avec les participants.
- Apports sur la vente à distance, l'argumentation, le traitement des objections et le leadership.

Coaching

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)

NOTRE FORMATEUR



Stanislas SIMON

Ex Cadre commercial
Spécialisé dans les techniques de
vente et le management

POPULATION CONCERNÉE : CETTE FORMATION EST DESTINÉE AUX ÉQUIPES SERVICE CLIENT ET ADV EN SUPPORT OU EN REMPLACEMENT DE LA FORCE DE VENTE TERRAIN.

PRE-REQUIS : Première expérience de la vente par téléphone.
être motivé pour se développer et re-challenger ses habitudes au quotidien

J1 : BOOSTER SON EFFICACITÉ FACE AU CLIENT

- la préparation mentale : pour augmenter son succès dans le face à face client
- Travailler le questionnement spécifique à l'officine
- Comment améliorer la puissance du système d'argumentation
- Affûter les réponses à produire face aux objections les plus fréquentes
- Succession d'ateliers pour mettre en pratique les acquis de la session.

J2 LES TECHNIQUES DE COMMUNICATION A DISTANCE

- Apprendre à se synchroniser avec soi et son interlocuteur.
- Avant / Pendant / Après un rendez-vous téléphonique. Comment créer un process d'amélioration continue
- Succession de mini ateliers pour prendre conscience de l'importance du para-verbal et du démarrage du rendez vous.

EXEMPLE D'ATELIERS:

- Mettre de l'intention (Contact), Être persuasif (Argumentation, traitement des objections), oser le silence pour mieux communiquer, respirer, accepter la situation de l'autre, justesse et congruence, savoir dire non avec assertivité.

Mises en situation

- Placer systématiquement le client/son interlocuteur au cœur de la vente
- Faire de son client/interlocuteur un partenaire, développer le leadership à distance
- Les participants passent à tour de rôle et bénéficient d'un debriefing croisé.
 - Identifier les 1 ou 2 points clés qui peuvent faire la différence et qu'il faudrait travailler.
 - Compléter la liste des questions les plus pertinentes, avec ses propres mots.
 - Mesurer le chemin parcouru et celui qu'il reste à parcourir...
 - Lister les axes prioritaires de développement à travailler avec les managers
- Conclusion : engagements individuels et création d'une carte mentale qui résume les outils à disposition en fonction des situations.



NOUS CONSULTER



**DE 9H30
À 17H30**

2 JOURS

**14 HEURES
PRÉSENTIELLES**



**1 430 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNERS INCLUS**



PARIS



**QUIZ
D'ÉVALUATION**



**QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION**

Manager coach : développer la motivation et l'engagement de vos équipes **Formation distancielle**

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Revisitez et booster vos pratiques managériales auprès de vos équipes opérationnelles
S'approprier les techniques fondamentales du coaching professionnel
Accélérez votre réussite professionnelle grâce au module management Insights Discovery

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Les nombreux ateliers interactifs vont permettre de rentrer au cœur de situations qui sont aujourd'hui les plus délicates et difficiles à gérer avec vos équipes (entretien d'évaluation, entretien de recadrage, entretien de motivation...)
- Partage d'expérience et co-construction
- Richesse des rapports individuels Insights Discovery. Le rapport vous appartient et n'est pas diffusé : il reste votre propriété.
- Techniques théâtrales, issues des métiers de l'improvisation pour développer ses capacités relationnelles
- 4 Classes virtuelles de 3H30

Coaching

POUR ANCRER LA SESSION

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)

NOS FORMATEURS



Laurent DUBOIS

Ex cadre commercial
Spécialisé dans la négociation à fort enjeux



Vincent TRIBOUT

La ligue majeure de l'improvisation
Comédien

POPULATION CONCERNÉE : Cette formation est destinée aux DR, CVR, DV, DNV.

PRE-REQUIS : Première expérience managériale,
être motivé pour se développer et re-challenger ses habitudes au quotidien

JOUR 1 : DU MANAGEMENT AU COACHING PROFESSIONNEL

ATELIER 1 : S'appuyer sur les résultats du rapport individuel Insights Discovery

Après avoir complété en amont de la session un questionnaire, vous identifierez vos points de forces actuels et vos zones de développement en tant que manager.

ATELIER 2 : Identifier les situations les plus délicates à gérer avec une équipe

Pour chaque situation, jeux de rôle à 3 pour déterminer les points d'appui et les axes de développement individuels.

Identification de ce qu'il faut faire/ce qu'il faut éviter.

L'animateur apportera ensuite des approches pratiques et opérationnelles pour gérer au mieux les situations concrètes. Pour conclure, à la fin de chaque situation, chaque manager complète sa feuille de développement personnel et construit à la fin de la session sa feuille de route individuelle pour progresser

ATELIER 3 : Evoluer du management classique vers le coaching professionnel

Savoir mener un entretien en tant que manager coach (processus).

Exemples de cas pratiques et mises en situation : prise de poste, première réunion régionale et nationale, Se positionner dans l'entreprise et expliquer sa feuille de route aux collaborateurs.

Cas particulier du management transversal.

ATELIER 4 : A la carte

Venez avec vos propres cas pratiques, nous prendrons du temps pour les aborder et pour trouver collectivement des solutions.

JOUR 2 : ENTRAÎNEMENT INTENSIF

Par les mises en situation « à la carte », un comédien va vous permettre de booster votre efficacité relationnelle

- Développez par les mises en situation en atelier théâtre votre capacité d'adaptation
- Trouvez de nouvelles pistes d'approches managériales
- Développez votre aisance verbale et votre langage corporel



15 & 16 MARS



DE 9H30 À 17H30
SÉQUENCÉ EN 4
CLASSES VIRTUELLES

2 JOURS 14 HEURES
DISTANCIELLES



1 550,00 € HT
SUPPORT ET
RAPPORT INSIGHT
DISCOVERY INCLUS



CLASSES
VIRTUELLES



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Descriptif des formations

Réseau Coopératives Agricoles



ETRE NEGOCIATEUR EN CENTRALE D'ACHAT

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Faire ses premiers pas dans l'univers de la négociation au niveau régional et national
S'approprier les techniques fondamentales de la négociation en GMS
Maîtriser la boîte à outil du négociateur : Préparation des objectifs, contreparties possibles, descente tarifaire, « SRP », calcul de HMP, neutralité, déflation...

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

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

POUR ANCRER LA SESSION

Coaching

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)

NOS FORMATEURS



Laurent DUBOIS
Ex cadre commercial
Spécialisé dans la négociation à fort enjeux



Ex acheteur

POPULATION CONCERNÉE : *Compte clé régional et national, responsable enseigne, managers régionaux en charge des négociations régionales.*

PRE-REQUIS : *toute personne amenée à négocier pour l'entreprise auprès de centrales nationales et régionales avec – ou pas, une première expérience de négociation.*

JOUR 1 : SE PRÉPARER POUR NÉGOCIER EN GMS

I - EN AMONT DES NÉGOCIATIONS

- Contexte circuit et actualité de la distribution et des enseignes
- Définition de la Valeur Ajoutée d'un fournisseur
- Le périmètre d'action de l'industriel et l'éphéméride d'une campagne

II - A L'APPROCHE DES NÉGOCIATIONS : LA PRÉPARATION D'UNE CAMPAGNE

1 - Processus et outils de préparation de la campagne de négociation

- 10 notions clés associées à la négociation incluant des notions juridiques simples.
- Boite à outils et matrices de préparation de rendez-vous
- Identifier les pouvoirs qui interviennent dans le cadre d'une négociation.

2 - Augmenter son impact dans le face à face client

3 - Maîtriser les calculs arithmétiques au travers de divers exercices: descente tarifaire, calcul de hausse moyenne par enseigne, impact des demandes sur le 3 net ou 4 net

4 - Préparation d'un cas concret pour le jour 2

JOUR 2 : DECRYPTER LA NÉGOCIATION AVEC UN ACHETEUR

III - LA CONDUITE DES NÉGOCIATIONS

1. Différentes phases de la négociation

- Construire sa négociation et tenir ses position
- L'enchaînement des différentes phases
- Postures à privilégier et postures à éviter

2. Processus d'échanges

- Niveau d'exigence
- Gestion des objections
- Gestion des contreparties
- Gestion des concessions
- Gestion de la conclusion

IV - ASPECTS COMPORTEMENTAUX : Entraînements et mises en situation face à un ex acheteur, spécialiste de l'univers GMS.



10 & 11 MARS
02 & 03 JUIN
15 & 16 SEPTEMBRE
01 & 02 DECEMBRE



1430,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNERS INCLUS



DE 9H30
À 17H30



PARIS

2 JOURS



QUIZ
D'ÉVALUATION

14

HEURES
PRÉSENTIELLES



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Coaching de négociation

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Vous donner l'accès à tous nos experts sur la durée de la campagne de négociation 2022
l'approche peut être collective et/ou individuelle, en partant toujours du cadre défini de votre politique commerciale 2022

Vous garantir une très forte réactivité, 100% orientée sur des solutions concrètes et opérationnelles, avec une très forte valeur ajoutée

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Rompus depuis plusieurs années à cet exercice, nous vous proposons un accompagnement unique piloté par un chef de projet qui saura solliciter les expertises en interne
- Les apports croisés et complémentaires des deux expertises caractéristiques d'Arkose (vision industrielle et vision acheteur) permettent d'explorer 100% du périmètre de vos négociations
- Mises en situation des hypothèses de négociation (via ZOOM et COMSCOPE)
- Feedbacks immédiats pour vous permettre d'identifier vos meilleurs scénarii possibles
- Vous accompagner, si besoin, dans la construction de vos outils de pilotage ad hoc

POUR ANCRER LA SESSION

Coaching

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)

NOS FORMATEURS



Laurent DUBOIS
Ex cadre commercial
Spécialisé dans la négociation à fort enjeux
Coach Professionnel Certifié



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



Olivier LAURIOL
Fondateur Arkose associé
Ex acheteur Intermarché



Avocat au Barreau de Paris
Société L.A Solution Avocats
spécialisée dans les relations commerciales industrie-commerce

POPULATION CONCERNÉE : Comptes clés, Responsables d'Enseignes, Directeurs d'Enseigne, Directeurs des Clients Nationaux, Directeurs Commerciaux

PRE-REQUIS : Nous donner accès à votre politique commerciale, sous couvert d'un contrat de confidentialité

SESSION 1 : ETAT DES LIEUX

- Actualité circuit : quels impacts de l'actualité sur la campagne de négociation 2021?
- Décrypter les messages envoyés par les enseignes et vos acheteurs.
- Quels messages avez-vous envoyé à vos interlocuteurs, sur la totalité du GRID , depuis début mars 2020 ? Pour quelles intentions et quels objectifs?
- Présentation et analyse partagée de votre politique commerciale à 3 ans.

SESSION 2 : BÂTIR LES STRATÉGIES PAR ENSEIGNE

- Muscler et actualiser vos CGV
- Cas particulier des baisses techniques et des hausses tarifaires
- Intégrer les négociations Horizon, Envergure et les accords internationaux.
- Piloter vos négociations à partir d'un compte d'exploitation simplifié : Passer du 3 x net au x net

SESSION 3 : SE PREPARER A FAIRE FACE A LA DESTABILISATION

- Entrainement collectif et/ou individuel sur les situations les plus fréquentes et les plus complexes identifiées dans les séances préparatoires.



2021

A LA CARTE



A LA
CARTE

JOURS
A DÉFINIR

HEURES
PRÉSENTIELLES
A DÉFINIR



DEVIS SUR MESURE



DISTANCIEL
OU
PRESENTIEL



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Développer votre démarche catégorielle pour une meilleure efficacité commerciale

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Se positionner en expert de la catégorie

Renforcer le partenariat avec le distributeur en identifiant des leviers de croissance

Tirer profit de la revue de marché

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Une démarche catégorielle adaptée à votre entreprise
- Une mise en application rapide et simple
- Un formateur Spécialiste category management stratégique et enseigne
- Une mise à disposition d'une boîte à outils pour mettre en œuvre ce qui a été appris au cours de la formation

Coaching

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)

NOTRE FORMATEUR



Fabrice CANTET

Formateur en category management,
merchandising

POPULATION CONCERNÉE : Directeurs responsables du category management, Category managers, responsables marketing, responsables commerciaux, KAM, responsables du développement des ventes, Fonction vente souhaitant créer de la valeur durable grâce au category management..

PRE-REQUIS : connaissance des fondamentaux de la distribution et du marketing.

I - APPORTS ET MISSIONS DU CATEGORY MANAGER

- Rôle par rapport au marketing et au commercial
- Category management marque nationale et MDD
- Indices de performance

II - COMPRENDRE LES ORGANISATIONS CLIENTS ET Y ADAPTER SON DISCOURS

- Définir la stratégie catégorielle des enseignes
- Connaître l'organisation client et la répartition des rôles
- Ephéméride de la relation commerciale

III - PRÉPARER LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE LA REVUE DE MARCHÉ (OFFRE, SHOPPER, ...)

- Analyser marché et le structurer
- Connaître l'offre
- Définir son SWOT enseigne
- Recueillir les informations nécessaires
- Positionner sa(ses) marque(s)
- Connaître son shopper

IV - LA BOÎTE À OUTILS ET LES LEVIERS D'ACTION SUR LES «4P» (GAMME, PROMOTION, PRIX, MERCHANDISING)

- Connaître les tendances de consommation
- Construire l'assortiment optimum
- Proposer un plan promotionnel
- Développer un merchandising

V - BÂTIR UN DIAGNOSTIC ENSEIGNE (ASSORTIMENT, LINÉAIRE, PLAN DE CROISSANCE, ...)

- Apporter une vision catégorielle
- Contribuer à la croissance de l'enseigne
- Mesurer l'apport de chaque action, proposition
- Argumenter sur la valeur-ajoutée de l'entreprise en s'adaptant au client

VI - AVOIR LE BON COMPORTEMENT

- S'adapter au profil client
- Trucs et astuces



**2 FEVRIER
9 MARS
7 AVRIL**



**DE 9H30
À 17H30**

1 JOUR

**7 HEURES
PRÉSENTIELLES**



**790,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNER INCLUS**



PARIS



**QUIZ
D'ÉVALUATION**



**QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION**

Vente efficace : Convaincre en 3 minutes !

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

- Savoir exprimer la valeur ajoutée de vos propositions commerciales en un temps extrêmement réduit.
- Bâtir une stratégie d'entretien de vente basée sur votre capacité à poser les bonnes questions au bon moment.
- S'appuyer sur la **préparation mentale** pour booster votre impact dans le face à face client.

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- 60% du temps alloué à l'expérimentation
- Feedbacks immédiats à l'issue des mises en situation.
- Nombreux ateliers de co-construction qui permettent de progresser dans l'approche de vente efficace
- Nous proposons également une bibliographie complète « pour aller encore plus loin » et approfondir des points particuliers du programme.

Coaching

POUR ANCRER LA SESSION

Fortement conseillé pour valider les acquis, chaque participant ayant suivi une formation pourra s'engager individuellement afin de définir les plans d'action dans son 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)

NOS FORMATEURS



Ali MENNAI

Ex cadre commercial
Spécialisé dans la vente
à fort enjeux



Aurélie PRADEL

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

POPULATION CONCERNÉE : Cette formation est destinée aux équipes commerciales.

PRE-REQUIS : Première expérience de vente, itinérante ou nomade, avec la gestion d'un portefeuille clients (actifs et prospects)

J1

VOTRE VALEUR AJOUTEE PASSEE AU CRIBLE DES ACHETEURS

- Définition du périmètre des attentes de vos clients
- Faire coïncider les attentes respectives du client et du fournisseur
- Construction des piliers de votre valeur ajoutée
- Exemple d'ateliers:
 - #1 : *Pourquoi nos clients travaillent-ils aujourd'hui avec nous ?*
 - #2 : *Argumenter avec persuasion pour développer l'engagement de nos clients.*
 - #3 : *Comment exprimer notre valeur ajoutée de façon impactante ?*

DEVELOPPER VOTRE CAPACITE DE QUESTIONNEMENT

- Le questionnement au service de l'agilité relationnelle
- La check-list des questions impactantes
- Les facteurs clés de succès : Questionnement – Ecoute – Feedback en situation de vente
- Exemple d'ateliers:
 - #1 : *Mesurer l'efficacité de son questionnement.*
 - #2 : *Formuler ses questions pour en maximiser l'efficacité, acquérir des automatismes.*

LA PREPARATION MENTALE AU SERVICE DE L'ENTRETIEN DE VENTE

- De la préparation chiffrée à la préparation mentale
- La synchronisation : technique fondamentale pour améliorer sa communication.
- Exercice de Visualisation : 3 mn pour convaincre

J2

JEUX DE RÔLE/TRAINING FACE À UN PROFESSIONNEL DES ACHATS

- Immersion dans la tête d'un acheteur
- Focus sur les notions clés du face à face en rdv
- Premiers entraînements hors de votre contexte habituel sur une situation de vente
- Entraînements dans le cadre d'une situation adaptée à votre quotidien et à votre contexte
- Les participants passent à tour de rôle et bénéficient d'un debriefing complet. Tous les cas sont travaillés en amont en J1

CONCLUSION :

- Engagements individuels
- Feedback collectif de fin de session par le formateur
- Evaluation des animateurs par les participants



NOUS CONSULTER



DE 9H30
À 17H30

2 JOURS

14 HEURES
PRÉSENTIELLES



1 550,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNERS INCLUS



PARIS



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

Manager coach : développer la motivation et l'engagement de vos équipes **Formation distancielle**

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

Revisitez et booster vos pratiques managériales auprès de vos équipes opérationnelles
S'approprier les techniques fondamentales du coaching professionnel
Accélérez votre réussite professionnelle grâce au module management Insights Discovery

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Les nombreux ateliers interactifs vont permettre de rentrer au cœur de situations qui sont aujourd'hui les plus délicates et difficiles à gérer avec vos équipes (entretien d'évaluation, entretien de recadrage, entretien de motivation...)
- Partage d'expérience et co-construction
- Richesse des rapports individuels Insights Discovery. Le rapport vous appartient et n'est pas diffusé : il reste votre propriété.
- Techniques théâtrales, issues des métiers de l'improvisation pour développer ses capacités relationnelles
- 4 Classes virtuelles de 3H30

Coaching

POUR ANCRER LA SESSION

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)

NOS FORMATEURS



Laurent DUBOIS

Ex cadre commercial
Spécialisé dans la négociation à fort enjeux



Vincent TRIBOUT

La ligue majeure de l'improvisation
Comédien

POPULATION CONCERNÉE : Cette formation est destinée aux DR, CVR, DV, DNV.

PRE-REQUIS : Première expérience managériale,
être motivé pour se développer et re-challenger ses habitudes au quotidien

JOUR 1 : DU MANAGEMENT AU COACHING PROFESSIONNEL

ATELIER 1 : S'appuyer sur les résultats du rapport individuel Insights Discovery

Après avoir complété en amont de la session un questionnaire, vous identifierez vos points de forces actuels et vos zones de développement en tant que manager.

ATELIER 2 : Identifier les situations les plus délicates à gérer avec une équipe

Pour chaque situation, jeux de rôle à 3 pour déterminer les points d'appui et les axes de développement individuels.

Identification de ce qu'il faut faire/ce qu'il faut éviter.

L'animateur apportera ensuite des approches pratiques et opérationnelles pour gérer au mieux les situations concrètes. Pour conclure, à la fin de chaque situation, chaque manager complète sa feuille de développement personnel et construit à la fin de la session sa feuille de route individuelle pour progresser

ATELIER 3 : Evoluer du management classique vers le coaching professionnel

Savoir mener un entretien en tant que manager coach (processus).

Exemples de cas pratiques et mises en situation : prise de poste, première réunion régionale et nationale, Se positionner dans l'entreprise et expliquer sa feuille de route aux collaborateurs.

Cas particulier du management transversal.

ATELIER 4 : A la carte

Venez avec vos propres cas pratiques, nous prendrons du temps pour les aborder et pour trouver collectivement des solutions.

JOUR 2 : ENTRAÎNEMENT INTENSIF

Par les mises en situation « à la carte », un comédien va vous permettre de booster votre efficacité relationnelle

- Développez par les mises en situation en atelier théâtre votre capacité d'adaptation
- Trouvez de nouvelles pistes d'approches managériales
- Développez votre aisance verbale et votre langage corporel



15 & 16 MARS



DE 9H30 À 17H30
SÉQUENCÉ EN 4
CLASSES VIRTUELLES

2 JOURS 14 HEURES
DISTANCIELLES



1 550,00 € HT
SUPPORT ET
RAPPORT INSIGHT
DISCOVERY INCLUS



CLASSES
VIRTUELLES



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION

COVID-19 : NOTRE NOUVELLE ORGANISATION

Nous continuons à vous accompagner durant cette période, que ce soit en formations courtes ou en parcours long... et nous vous aidons à profiter de ces moments particuliers pour vous former et tester nos modalités digitales. La reprise des formations en présentiel se fera progressivement en fonction de l'évolution sanitaire. Vous devrez maintenir les gestes barrières et des règles de distance physique entre chaque personne.

Les salles de formation au sein d'Arkose Consulting et chez nos clients doivent respecter les dispositifs de prévention pour préserver la sécurité de tous.

Ainsi, vous et nous, nous nous engageons à :

- La désinfection des locaux entièrement avant la réouverture et chaque matin avant ouverture
- La désinfection toutes les surfaces de contact plusieurs fois par jour (poignées, rampes...)
Aération des lieux plusieurs fois par jour
Se voir avec des masques est obligatoire : ils seront fournis lors des sessions dans nos locaux, et ce pour chaque demi-journée.
Mettre à votre disposition du gel hydro alcoolique dans tous les espaces des locaux
Ne pas accueillir plus de 10 personnes en même temps dans la salle de formation pour assurer à chacun un espace de sécurité.

En fonction de l'évolution de la situation de la crise COVID, nous adapterons la pédagogie de toutes nos formations en distanciel.

Que ce soit dans nos locaux ou chez nos clients, chaque consultant est briefé par le chef de projet en amont de chaque session avec le rappel des consignes Arkose : mesures Covid 19 applicables en France. Ces consignes s'appliquent en amont de chaque session et une fois que chaque session est clôturée.

En plus de ces mesures viendront s'appliquer les mesures propres à chaque client. Elles seront strictement suivies, sans aucune dérogation possibles par chaque consultant et chef de projet. Merci de nous faire parvenir en amont vos procédures propres à vos locaux et votre activité afin que nous assurions la retransmission.

Le chef de projet reste totalement joignable en cas de besoin pour aborder les points spécifiques qui n'auraient pas été prévus.

Chaque intervenant est responsable de la parfaite application des protocoles. Tout manquement, doit nous être rapidement signalé.

FICHE D'INSCRIPTION

Formations inter-entreprises

FICHE D'INSCRIPTION FORMATIONS INTER-ENTREPRISES

LIBELLÉ DE LA FORMATION :

Date de prestation :

Dénomination sociale :

Secteur d'activité :

Adresse :

Code postal :

Ville :

Tél ..

Siret :

Personne en charge du suivi de l'inscription :..

Fonction :

Mail ::

NOMS ET PRÉNOMS DES PARTICIPANTS

FONCTION

E-MAILS

MOBILE

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Si FIANCEMENT PAR UN OPCO

.....

RÈGLEMENT

Par chèque ci-joint de € TTC à l'ordre d'ARKOSE ET ASSOCIÉS

Par virement bancaire sur le compte suivant :

Code Banque
30003

Code Guichet
02220

N° COMPTE
00027000730

CLÉ RIB
05

N° IBAN : FR76 3000 3022 2000 0270 0073 005

BIC : SOGEFRPP

ÉTABLISSEMENT À FACTURER SI DIFFÉRENT

Dénomination sociale :

Adresse complète :

Nom et prénom du contact :

Tél : Fax :

SIGNATURE

Nom du signataire :

Date :

Cachet et signature :

FICHE D'INSCRIPTION A RETOURNER A

ARKOSE CONSULTING

29 Rue Eugène Eichenberger

92800 Puteaux

CONDITIONS GENERALES DE VENTE

SAS ARKOSE & ASSOCIES

Appliquées le 1er janvier 2021

Préambule

Depuis 1997, la société ARKOSE & ASSOCIES propose des missions de formation et de conseils auprès des fournisseurs de la grande distribution, du réseau officinal et des coopératives agricoles, qui souhaitent être accompagnés dans le cadre de leur développement dans ces 3 réseaux. La mission de la société est de participer à un rééquilibrage des relations entre le fournisseur et son client en créant un contexte de la négociation loyal, équilibré, global et conforme aux enjeux sociétaux tels qu'ils évoluent quotidiennement. Nos présentes Conditions Générales de Vente (CGV), socle unique de notre relation contractuelle avec nos clients, se réfèrent au Code du Commerce et définissent les conditions de collaboration que nous proposons à nos clients. Elles leur sont, à ce titre, systématiquement remises, pour leur permettre de passer commande de nos prestations. Elles indiquent également à nos clients la démarche qualité qu'ARKOSE met en œuvre au quotidien pour apporter des missions de forte valeur commerciale et humaine, en s'appuyant sur le cadre réglementaire concernant la formation (2019-564 du 6 juin 2019 relatif à la qualité des actions de la formation professionnelle et Décret 2019-565 du 6 juin 2019 relatif au référentiel national sur la qualité des actions concourant au développement des compétences).

A - Principes généraux

Toute commande de prestation de formation ou de conseil passée auprès d'ARKOSE & ASSOCIES entraîne l'adhésion complète et sans réserve du client à ces Conditions Générales, nonobstant les clauses pouvant figurer dans ses conditions générales d'achats. L'éventuelle acceptation de ces dernières, qui ne peut être qu'expresse et revêtir une forme écrite, ne doit avoir pour objet que de compléter les présentes conditions générales de vente en cas de silence de celles-ci. En l'absence de négociation écrite dans le cadre des conditions particulières de ventes, toute condition contraire aux présentes CGV sera inopposable à ARKOSE & ASSOCIES, quel que soit le moment où elle aura été portée à sa connaissance. Par ailleurs, un règlement intérieur applicable à tous les participants suivant une formation dispensée par notre société ainsi qu'un livret d'accueil, font partie intégrante de nos CGV. Le règlement intérieur est consultable sur notre site. Le livret d'accueil pourra être envoyé au commanditaire de notre client.

B - Nos missions

1 FORMATION INTER-ENTREPRISES

1-1 Définition

Prestation de formation, en présentiel ou à distance, regroupant plusieurs sociétés, autour d'un thème énoncé par une proposition commerciale préalable (mailing, e-mailing, web document...). L'organisation de la formation est gérée par ARKOSE & ASSOCIES. Le nombre de participants est défini pour chaque session par ARKOSE & ASSOCIES, afin de maintenir un niveau d'échange pédagogique de qualité avec les participants.

1-2 Prix

Le montant de la participation aux sessions de formations Inter-Entreprises est fonction du thème et apparaît dans nos propositions commerciales. La présentation de nos sessions, dates et prix sont consultables sur notre site Internet (www.arkose.net) et est actualisée en permanence.

1-3 Convention de formation

1-3.1 Le contrat se conclut à réception, par ARKOSE & ASSOCIES, du formulaire d'inscription signé et/ ou par courriel de confirmation ou par tout moyen écrit confirmant son accord.

1-3.2 A réception de cet engagement, ARKOSE & ASSOCIES adresse au client une convention de formation, assortie d'une convocation au participant indiquant le lieu et l'horaire de formation, ainsi que la durée.

1-3.3 La prise en compte des inscriptions se fait en fonction de l'ordre d'arrivée des bulletins d'inscription.

Cette inscription peut être soumise par le client à une demande préalable d'information sur les sociétés inscrites à cette session, ceci afin de tenir compte des contraintes de compliance de nos clients.

1-4 Paiement Inter-entreprises :

Excepté le cas où un dossier de prise en charge OPCO sera ouvert, le règlement complet du prix de la formation devra être effectué par le client, et reçu par ARKOSE & ASSOCIES, avant le démarrage de la formation. A défaut, les participants pourront ne pas être acceptés dans la formation.

1-5 Fin de la formation

Une attestation lui est remise ainsi que le support de la formation.

Un formulaire de satisfaction de la formation est remis au stagiaire pour faire part de son niveau de satisfaction.

Un quiz d'évaluation sera transmis au participant.

1-6 Annulation

En cas d'annulation de l'inscription, notifiée par toute voie écrite, assortie de la preuve de son envoi, dans un délai de 8 jours précédant le premier jour de l'intervention, ou en cas de non présentation à la formation, la globalité du prix de la formation sera facturée au client.

2. FORMATION INTRA- ENTREPRISE

2-1 Définition

Intervention en présentiel ou distanciel, d'une durée variable, autour d'un thème défini en fonction d'un cahier des charges établi conjointement avec le client, en tenant compte de ses spécificités et de son marché.

2-2 Barème de Prix

2-2.1 Nos prix s'appliquent à tout groupe n'excédant pas 10 participants.

2-2.2 Le prix H.T. est en fonction du tarif en vigueur.

2-2.3 Les frais éventuels liés à la prestation du (ou des) consultant (s), (déplacement(s), hébergement(s), frais techniques, restauration...) sont remboursables sur justificatifs, en sus du montant de la formation. 2-2.4 La base de la refacturation de ces frais sera fonction de notre grille de remboursement, complétée par l'information concernant la situation du consultant.

2.3 Conclusion du contrat de prestation

2.3.1 Le contrat se conclut à réception, par ARKOSE & ASSOCIES, de la proposition commerciale datée, signée, par le client ou de toute mention explicite écrite exprimant l'accord du client accompagné du règlement d'un acompte égal à 30 % du montant global T.T.C de la prestation.

2.3.2 A réception de la proposition commerciale acceptée et de son acompte, ARKOSE & ASSOCIES adresse au client par courriel une convention simplifiée de formation ou d'un contrat de prestation.

2.3.3. Toute mission ne peut débuter qu'après réception de l'accord du client.

2.4 Paiement

Le règlement de la facture du solde est à effectuer dans un délai de 30 jours, à compter de la date d'émission de facture

2-5 Annulation

En cas d'annulation de la mission, notifiée par toute voie écrite, assortie de la preuve de son envoi, dans un délai de 15 jours précédant le premier jour de l'intervention, le paiement d'un dédommagement de 30 % du montant total de la prestation prévue sera demandée au client, ainsi que le remboursement des frais techniques et de déplacements déjà engagés.

3. MISSION DE CONSEIL

3.1 Définition

Mission d'une durée variable, auprès d'un client, visant à accompagner un client autour d'une problématique de changement de son organisation, de sa stratégie ou de ses outils internes sous la forme de séances de travail en présentiel ou à distance.

3.2 Prix

3.2.1 Le prix de mission est fixée selon les modalités de celle-ci, sous forme d'un forfait horaire, journalier, mensuel, ou annuel.

3.2.2 Le prix H.T. est en fonction du tarif en vigueur.

3.3 Conclusion du contrat de prestation

3.3.1 Le contrat se conclut à réception par ARKOSE & ASSOCIES, de la proposition commerciale, datée, signée, par le client, accompagnée de toute mention explicite écrite et donnera lieu à une facturation mensuelle, trimestrielle ou annuelle.

Le versement d'un acompte de 30 % sera demandé à la commande et accompagnera le contrat de prestation.

3.3.2 A réception de la proposition commerciale signée, acceptée et de son acompte, ARKOSE & ASSOCIES adressera au client le contrat de prestation.

3.3 Annulation

En cas d'annulation de la mission, notifiée par toute voie écrite, assortie de la preuve de son envoi, dans un délai de 15 jours précédant le premier jour de l'intervention, le paiement d'un dédommagement de 30 % du montant total de la prestation prévue sera demandée au client, ainsi que le remboursement des frais techniques et de déplacements déjà engagés.

C. Dispositions communes

1 – Modalités liées au paiement

1-1 Paiement par un organisme mandaté par notre client (OPCO, procurement, centrale prestataire de paiement...)

1.1.1 Si le client souhaite que le règlement soit émis par l'un de ses mandats, il lui appartient :

- de veiller à transmettre les informations complètes à ce mandaté pour créer un ordre d'achat ou une prise en charge.

- transmettre à ARKOSE & ASSOCIES les coordonnées du prestataire mandaté et le processus de facturation à suivre auprès de ce mandaté.

Nous rappelons que le signataire du contrat de mission représentant notre client est le responsable légal du bon paiement de la mission. En cas de dysfonctionnement, il s'engage à faire respecter par son mandaté le respect des CGV et les termes du contrat passés par ARKOSE & ASSOCIES.

1.1.2 Toute dématérialisation des processus administratifs imposés par le mandaté qui inclurait une ressaisie de données permettant un bon paiement, déclencherait une facture supplémentaire de traitement administratif de 50 € par dossier client associé à un N° de commande.

1.1.3 Si la prise en charge par le mandaté n'est que partielle, le reliquat sera refacturé au client.

1.1.4 Aucune demande de financement par l'OPCO ou centrale de prestataire ne pourra être acceptée une fois la mission commencée par ARKOSE & ASSOCIES.

1.1.5 Les factures sont payables au siège administratif de notre société (29 rue Eugène Eichenberger 92800 PUTEAUX) dans un délai maximal 30 jours à compter de la date d'émission de facture, date à laquelle le montant des factures doit être effectivement crédité sur le compte de notre société.

Il s'effectue également à l'ordre d'ARKOSE & ASSOCIES, par chèque bancaire ou par virement sur notre compte bancaire : SOCIETE GENERALE 7 rue de Paron – 91370 VERRIERES LE BUISSON, Cpt N° 00027000730

Les billets à ordre et les effets préalablement envoyés à l'acceptation doivent être reçus au siège administratif de notre société et encaissables en banque dans un délai de 10 jours au plus tard avant l'échéance de la facture.

1- 2 – Retard de paiement

2.1 Le paiement de nos factures est exigible 30 jours après leur envoi.

2.3 Le défaut de paiement de nos factures à l'échéance entraînera la facturation auprès du client de pénalités calculées sur la base du taux d'intérêt appliqué par la Banque centrale européenne à son opération de refinancement la plus récente majorée de 10 points de pourcentage, ainsi qu'une indemnité forfaitaire de 40 € pour frais de recouvrement.

2 - Clause de confidentialité

Nous garantissons la totale confidentialité sur les informations délivrées par nos clients dans le cadre de nos missions de formation, et sur tous les documents envoyés au siège de la société ARKOSE & ASSOCIES.

Cet engagement peut faire l'objet d'un écrit joint au bon de commande.

3 - Accueil de personnes en situation de Handicap

Le commanditaire de la formation s'engage à informer ARKOSE & ASSOCIES si un participant est en situation de handicap.

Un délai suffisant et nécessaire (plus de 30 jours avant le début d'une formation) est demandé afin d'offrir les mêmes conditions d'accès que celles réservées aux personnes valides ou, à défaut, présenter une qualité d'usage équivalente.

Il s'agira de vérifier les modalités d'accès:

- un accès physique pour le cadre bâti et l'utilisation des équipements;
- un accès informationnel pour le repérage spatial;
- un accès communicationnel pour la qualité de l'accueil;
- et enfin, un accès organisationnel afin d'offrir une équivalence de prestations par rapport à celles proposées au public valide.

4 - Satisfaction client – réclamations

La Responsable Satisfaction Clients d'ARKOSE & ASSOCIES accueillera vos réclamations transmises :

- par téléphone au 01 61 38 32 30
- par courriel à contact@arkose.net
- par courrier à Responsable Satisfaction ARKOSE & ASSOCIES, 29 Rue Eugène Eichenberger – 92800 PUTEAUX

Elle s'engage à vous faire un retour sous 3 jours ouvrés. La responsabilité d'ARKOSE & ASSOCIES vis-à-vis du client ne saurait excéder en totalité le montant payé par le client à ARKOSE & ASSOCIES au titre des présentes conditions.

5 - Protection des données à caractère personnel

Le traitement des données à caractère personnel est nécessaire pour l'exécution du contrat liant ARKOSE & ASSOCIES et le client, et/ou pour l'intérêt légitime d'ARKOSE & ASSOCIES.

Conformément à la réglementation européenne en vigueur, le client dispose de droits d'accès, de rectification, d'effacement, de retrait de consentement, de limitation de traitement, d'opposition au traitement et de portabilité concernant ses données. Le client est toutefois informé qu'en cas d'usage de son droit d'effacement desdites données, d'opposition ou de limitation du traitement avant le terme de la relation contractuelle, la prestation de formation ou d'information ne pourra pas être exécutée correctement. Toutes les informations détaillées sur l'usage des données et l'exercice des droits figurent dans la charte relative à la protection des données à caractère personnel et à la vie privée d'ARKOSE & ASSOCIES.

Attribution de compétence

Tous litiges qui ne pourraient être réglés à l'amiable seront de la compétence exclusive DU TRIBUNAL DE COMMERCE DE NANTERRE, quel que soit le siège ou la résidence du client.



www.arkose.net