

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.

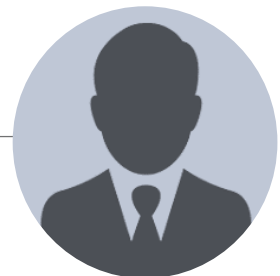
Ces démarches peuvent être complétées par un accompagnement personnalisé centré sur la mise en œuvre de nouvelles compétences.

Devis à la demande : [nous contacter : s.amrani@arkose.net](mailto:s.amrani@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.*

Si vous êtes en situation de handicap ou de santé qui impacte le suivi de la formation :
contacter notre référent par mail : referent-handicap@arkose.net

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

2021



DE 9H30
À 17H30



PARIS



2 JOURS
QUIZ
D'ÉVALUATION

14

HEURES
PRÉSENTIELLES



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION



1430,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNERS INCLUS