

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 2020 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 pharma ou parapharma
- Prise en compte de l'actualité des enjeux de négociation, notamment à celle du COVID 19
- 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**

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 2020, 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 2021?
- 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 1eres 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 2021: 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.



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