

NEGOCIER LES APPELS D'OFFRE EN MDD DE VOS CLIENTS AVEC VOS PROPRES CGV: C'EST POSSIBLE !

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

- ❖ Déterminer les stratégies possibles de fabrication en MDD pour votre entreprise: de la sous-traitance...à la co-construction d'une marque d'enseigne?
- ❖ Construire les blocs de votre « charte de fabrication MDD »
- ❖ Argumentez autour de cette charte et rétablir ainsi une négociation plus contractuelle
- ❖ Construire votre méthodologie de négociation de l'appel d'offre avec l'appui de votre charte

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Partage d'un outil de formalisation de votre stratégie MDD (la MDD Road-map).
- Remise d'une maquette-type de « charte de fabrication MDD »
- Feedbacks immédiats à l'issue des ateliers.
- Partages d'expériences avec les participants

NOTRE FORMATEUR



Pierre LAURANS

a occupé des postes de responsable marketing France et international en marque nationale et MDD chez Nestlé et Madrange

POPULATION CONCERNÉE : Cette formation est destinée aux directions marketing, commerciale et aux responsables centrale.

PRE-REQUIS : Deux ou trois tours de négociation,
Etre concerné dans la construction des outils de charte tarifaire.

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

1 - CONSTRUIRE LES BLOCS DE VOTRE CHARTE TARIFAIRE MDD (CGV MDD)

- Votre charte doit être le reflet de votre stratégie commerciale :
 - de la sous-traitance...à la co-construction d'une véritable marque d'enseigne : quels sont les enjeux de chaque opportunité sur votre catégorie ?
 - quels leviers privilégier, pour quels objectifs, en fonction de quelles enseignes ?
- Structurer les grands blocs de vos CGV administratives:
 - Vos contraintes de production et métiers
 - La durée de validité des vos accords, pour quelles contreparties volumes, CA ... attendues
 - Intégrer les clauses supply-chain nécessaires à l'équilibre de votre relation commerciale (conditions logistiques & remises, planification des commandes fond de rayon et promos, indicateurs de performance, réclamations et pénalités, évolution d'assortiment & innovations...)
 - Les clauses de votre qualité RSE
 - ...
- Définir le champs de la relation MDD en s'appuyant sur le cadre juridique, et les indicateurs de suivi qui vous permettront de faire évoluer vos conditions de vente en fonction des contingences externes (variation des matières premières et transports, coûts imprévus liés au distributeurs...)

2 - PILOTER LA NEGOCIATION DE L'APPEL D'OFFRE AVEC LA CENTRALE D'ACHAT

- Comment introduire la charte de fabrication dans le process de négociation de l'appel d'offre:
 - quand envoyer la charte ? A qui ?
 - comment l'utiliser dans le timing de la négociation ?
 - comment actualiser par écrit l'accord et les contreparties du prix d'achat ?
 - quels leviers juridiques utiliser pour faire valoir sa charte et sa méthodologie de négociation: Code du Commerce, recommandations de la CEPC...
 - quels sont les apports de la Loi EGALIM 2 dans la négociation de l'appel d'offre ?
- Anticiper les objections et posture de l'acheteur face à la négociation
 - « La Loi n'autorise pas les CGV MDD »
 - « Tout changement de prix, quelle qu'en soit la raison, entrainera un nouvel appel d'offre »
 - « Je veux un budget d'animation promo en tract »
 - « Nous allons massifier nos achats sur plusieurs pays ; votre offre devra s'y adapter »
 - « Je n'arrive pas à m'aligner sur le prix de mon concurrent : expliquez moi... »



25 JANVIER
8 MARS
7 AVRIL



DE 9H30
À 17H30

1 JOUR

7 HEURES
PRÉSENTIELLES



890,00 € HT
SUPPORT,
DÉJEUNER INCLUS



PARIS



QUIZ
D'ÉVALUATION



QUESTIONNAIRE
DE SATISFACTION