Postures, impostures et influence dans la négociation en centrales d'achats

DURÉE ET HORAIRES

2 jours
14 heures
Horaires : de 9h30 à 17h30

DATES 2027

Session 1 : 24 & 25 mars 2027 · Paris
Session 2 : 22 & 23 juin 2027 · Paris

PUBLIC

Comptes-clés confirmés qui plafonnent sur le comportement, pas sur la technique.

PRÉREQUIS

Une expérience de deux campagnes de négociation.

TARIF

1 990 € HT par participant, déjeuner inclus

RECONNAISSANCE DÉLIVRÉE

Attestation de formation ; certificat de réalisation de l'action de formation.

ACCESSIBILITÉ HANDICAP

Référent handicap :
referent-handicap@arkose.net.

FINANCEMENT

Prise en charge possible par votre OPCO : l'organisme est certifié Qualiopi.

INSCRIPTION ET CONTACT

Inscription en 1 clic via
contact@arkose.net
Arkose Consulting · 7 chemin des Pyrénées, 64200 Arcangues
Contact : contact@arkose.net
Organisme certifié Qualiopi au titre des actions de formation.

VOS ENJEUX

Sous la pression de l'acheteur en box, les comptes-clés perdent leurs moyens, adoptent des postures défensives et se laissent imposer des conditions qu'ils n'avaient pas anticipées. Connaître les tactiques ne suffit pas : il faut les avoir vécues dans le corps.

OBJECTIFS

- Bénéficier de la boîte à outils des techniques de l'improvisation théâtrale dans vos rendez-vous en centrales d'achats.
- Oser le lâcher-prise comme approche structurante personnelle de la négociation.
- Expérimenter, lors de mises en situation immersives, les différents stratagèmes efficaces de postures et d'impostures pour influencer l'acheteur dans vos futures négociations.

PROGRAMME

J1 · Mobiliser son mental de négociation : "Etre présent, là, maintenant… pour être influent en négociation »
I. Construire sa "présence" en RDV (succession d'exercices sur l'ancrage, station/émotion, regard, rythme verbal, énergie et occupation de l'espace.
- Construire sa propre "congruence" ("corps, cerveau, cœur ») dans ses messages à l'acheteur.
- L'importance de la communication non-verbale dans la négociation : exercices et ancrages des pratiques propres à la relation avec l'autre.

II. S'approprier les techniques d'improvisation (ateliers d'entrainement)
- Se mettre en situation mentale d'improvisation.
- Se nourrir de la posture de l'autre pour improviser.
- Construire une histoire congruente autour de son objectif de RDV: « présentez votre société et sa valeur ajoutée »,
- Comment étayer la crédibilité émotionnelle de ses messages.
- Oser dépasser ses interdits de négociation et revendiquer, par ses postures, son assertivité.

J2 · Entrainements de RDV de négociation avec un(e) ex-acheteur(euse)
III. Une négociation sans stratégie d'influence est vouée à l'échec …
- bâtir sa story telling sur un nouveau produit, sur sa propre présentation
- dire "non, mais … »
- refuser l'infantilisation, la soumission, la dévalorisation et faire changer de camp la responsabilisation …
- fatiguer l'acheteur, Se préparer à gérer la « trumpisation » des comportements d'achat
- occuper l'espace verbal et de l'apparente raison (Stratagèmes de Schopenhauer).
- gérer une commission d'achat. ▪ montrer qu'on est "au bout" de ce que l'acheteur peut espérer.

Postures, impostures et influence dans la négociation en centrales d'achats (suite)

Suite de la fiche de la page 16.
Session 1 : 24 & 25 mars 2027 · Paris
Session 2 : 22 & 23 juin 2027 · Paris

– créer ses "codes" de négociation pour répondre aux manipulations/impostures de l'acheteur

IV. Synthèse, enseignements collectifs et individuels.

DISPOSITIF PÉDAGOGIQUE ET MOYENS

– Apprendre d'un comédien, en ateliers, les mécaniques de l'improvisation théâtrale (J1), puis les traduire en cas pratiques d'actualité, en simulations de rendez-vous avec un ex-acheteur ou une ex-acheteuse (J2).
– Permettre aux apprenants de lâcher prise et de se tester sur leur pouvoir d'influence.

DISPOSITIF PÉDAGOGIQUE ET MOYENS (SUITE)

– Quiz des attentes et des acquis ; partage d'expérience avec les apprenants.
– Moyens : Accueil des apprenants dans une salle dédiée à la formation ; documents supports de formation projetés ; notions clés ; étude de cas concrets ; quiz en salle en fin de session ; mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

SUIVI ET ÉVALUATION

Recueil des attentes spécifiques en amont et auto-évaluation ; quiz des acquis en amont et en fin de session (10 questions) ; questions orales ou écrites ayant trait à l'actualité ; mises en situation ; évaluation de la formation à chaud et à froid ; feuilles de présence en signature électronique ; certificat de réalisation de l'action de formation.

LE + DE LA FORMATION

– Animation menée par des experts sectoriels (anciens directeurs des ventes, anciens acheteurs)
– Gain de temps dans la mise en pratique avec travail sur cas concret
– Assurance du cadre légal d'exercice de la négociation

VOS FORMATEURS

– Comédiens formateurs, spécialistes des postures et de l'improvisation
– Anciens acheteurs de la grande distribution, spécialistes de la négociation
– Consultants seniors en négociation et vente, anciens directeurs commerciaux