

LA NEGOCIATION DANS LA VENTE

Livret participant

© *Formavision / TMA*

87-89 rue des Rosiers, 92500 Rueil Malmaison, France
Tel: 33-01 47 08 12 12 Fax: 33-01 47 08 01 58
email: Formavision@easynet.fr
<http://www.formavision.com>

DEFINITION

LA NEGOCIATION

Un processus au cours duquel deux ou plusieurs parties ayant des intérêts à la fois communs et discordants engagent des pourparler en vue de parvenir à un accord.

LA NÉGOCIATION DANS LA VENTE: LES CONCEPTS ET LA PRATIQUE

LE PROCESSUS: LES 4 ÉTAPES

- **La préparation**
- **L'ouverture**
- **L'exploration**
- **La conclusion**

DEFINITIONS

ASPIRATION

Votre objectif de négociation. Ce que vous voulez obtenir.

OUVERTURE

La position initiale, qui dépasse votre véritable niveau d'aspiration.

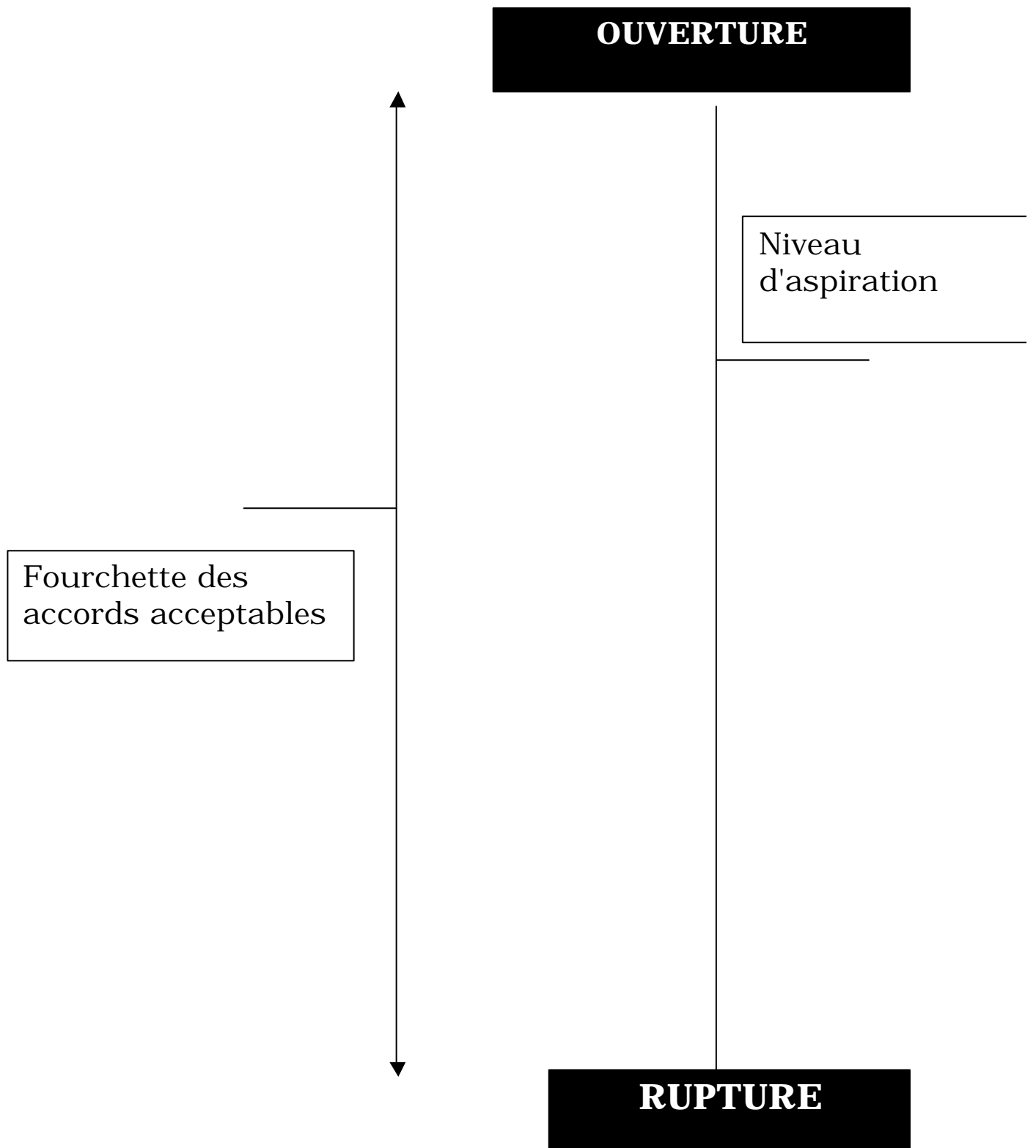
RUPTURE

Le point au-delà duquel le marché n'est plus dans votre intérêt.

FOURCHETTE D'ACCORDS ACCEPTABLES

L'écart entre votre position d'ouverture et votre point de rupture.

FOURCHETTE D'ACCORDS ACCEPTABLES



PLAN D'ACTION

Votre client: _____

Relation contractuelle actuelle avec ce client:

Définir votre fourchette d'accords acceptables:

Niveau d'aspiration:

Position d'ouverture (initiale):

Point de rupture:

DEFINITIONS

AMBIANCE POSITIVE

Une ambiance "gagnant-gagnant" dépourvue d'antagonisme qui vous permet de vous concentrer sur vos clients et leurs besoins

TERRAIN D'ENTENTE

Des zones où vos préoccupations et celles de votre client convergent

LISTE DE CONTROLE DE L'OUVERTURE

► **Créer un climat positif**

?? en posant des questions

?? en se concentrant sur le terrain d'entente

?? en évitant d'émettre des jugements de valeur

► **Exprimer votre position initiale clairement et fermement**

?? en prenant position de manière directe

?? en évitant les chiffres approximatifs

► **Inciter le client à prendre position**

?? en écoutant attentivement les paroles de votre client

?? en reformulant les paroles de votre client pour vous assurer de l'avoir compris

PLAN D'ACTION

Rédiger une phrase dont vous pourrez vous servir pour créer un climat d'entretien positif avec votre client.

Rédiger des phrases dont vous pourrez vous servir pour exprimer clairement votre position initiale.

Rédiger une phrase dont votre client pourrait se servir pour exprimer sa position initiale.

DEFINITIONS

MONNAIES D'ÉCHANGE

Toute ressource matérielle ou immatérielle dont dispose une des parties et dont l'autre partie a besoin ou souhaite profiter.

CONCESSION

Une monnaie d'échange que l'on abandonne, en totalité ou en partie, à la partie adverse.

LISTE DE CONTROLE DES CONCESSIONS

- ▶ Se servir de questions ouvertes pour découvrir les besoins que recèlent les demandes de concessions
- ▶ Si possible, obtenir la première concession
- ▶ Ne faire que de petites concessions
- ▶ Reformuler une concession quand vous en obtenez une
- ▶ Offrir des concessions directement et fermement
- ▶ Lier chaque concession à un besoin
- ▶ Utiliser le silence après avoir fait une concession et s'assurer d'obtenir une réponse

PLAN D'ACTION

Les monnaies d'échange de votre client	Vos monnaies d'échange
Vos besoins	Les besoins de votre client

DEFINITION

LE POUVOIR

Notre capacité à forcer l'autre partie à faire une concession ou notre capacité à répondre à un besoin de l'autre partie.

Avant d'être effectivement exercé, le pouvoir s'induit de la perception.

LISTE DE CONTROLE DE L'EXPLORATION DU POUVOIR

- ▶ Identifier les besoins de votre client.
- ▶ Identifier vos sources de pouvoir qui répondent à ces besoins
- ▶ Se rappeler que vous avez plus de pouvoir que vous ne le pensez
- ▶ Augmenter votre propre pouvoir ou la perception qu'en a votre client
- ▶ Se rappeler que le pouvoir est une question de perception avant qu'il ne soit exercé

PLAN D'ACTION

Mes sources de pouvoir	Comment augmenter mon pouvoir
Les sources de pouvoir de mon client	Comment diminuer le pouvoir de mon client

DÉFINITION

LA PRESSION

Une tentative de forcer quelqu'un à agir dans un sens qui vous est favorable.

LISTE DE CONTROLE DE CIDENTIFICATION ET DE LA RESISTANCE A LA PRESSION

► Identifier le genre de pression exercée:

?? le témoignage d'un expert

?? le facteur temps

?? les limites aux pouvoirs hiérarchiques

?? psychologique

?? physique

► Reconnaître le type de pression exercée

► Eviter de laisser les pressions influencer sur vos décisions

PLAN D'ACTION

Les tactiques d'exercice de la pression que vos clients pourraient utiliser.	Les moyens d'y résister

DEFINITION

LA CONCLUSION

Obtenir et rendre définitif un accord sur l'action souhaitée.

LISTE DE CONTROLE DE LA CONCLUSION

- ▶ Ne vous laissez pas bousculer par les délais exigés.
- ▶ Résumer les termes de l'accord.
- ▶ Faire approuver votre résumé par le client.
- ▶ Officialiser l'accord et le rendre définitif.
- ▶ Mettre au point un plan de mise en œuvre et de suivi de l'accord.

PLAN D'ACTION

Rédiger des phrases dont vous vous servirez:

Pour résumer les termes d'un contrat à l'étape de la conclusion, en étant réaliste.

Pour obtenir l'accord du client.

Pour dresser la liste des phases d'un plan d'exécution du contrat d'accord.

Pour dresser la liste des phases d'un plan de contrôle du respect de tous les termes du contrat.

LES ETAPES D'UNE NÉGOCIATION DE VENTE RÉUSSIE

- 1. Préparer vos niveaux d'aspiration et fourchettes d'accords acceptables.**
- 2. Ouvrir la négociation par l'expression des positions initiales des deux parties.**
- 3. Explorer les monnaies d'échange et les concessions.**
- 4. Explorer les sources de pouvoir.**
- 5. Identifier et résister aux pressions exercées.**
- 6. Conclure la négociation par un résumé et par l'approbation définitive de l'accord.**