

**2 JOURS**

Présentiel 14 h



Distanciel 14 h

MAÎTRISER LA RELATION COMMERCIALE

AVEC UN SERVICE ACHATS

(DU 1^{ER} CONTACT À LA SIGNATURE DU CONTRAT)



PUBLICS CONCERNÉS

- Tout collaborateur ayant à faire face à des services achats performants dont l'objectif principal est la réduction des coûts, sur un marché fortement concurrentiel



PRÉREQUIS

- Avoir déjà été confronté à un service achats et avoir une expérience de la négociation.
- Idéalement, avoir déjà suivi une formation commerciale comme « Professionnaliser sa démarche commerciale en face à face »



OBJECTIFS

- Avoir une vue d'ensemble du fonctionnement des services achats
- Comprendre comment les acheteurs préparent leurs décisions
- Intégrer ces connaissances pour optimiser sa préparation à négocier
- Préparer ses entretiens de négociation à l'aide d'une méthode visant à défendre la valeur et la marge de son offre



Alors qu'auparavant l'achat de prestations de conseil était sous le contrôle de l'utilisateur final, il tend à passer de plus en plus sous le contrôle des services achats. **Les entreprises doivent de plus en plus négocier avec des acheteurs professionnels pour défendre leurs propositions d'intervention, prix et marges.** Cette

formation leur apporte la **compréhension du service achat**, de son fonctionnement, puis **la méthode pour se préparer et conduire un entretien de négociation** avec succès.

PROGRAMME DÉTAILLÉ

1. LES FONDAMENTAUX DU FONCTIONNEMENT D'UN SERVICE ACHAT

Ce que perçoit le commercial sur la négociation représente 20% du travail de l'acheteur : cette première partie propose d'explorer les 80% du travail de l'acheteur non perçus par le prestataire/le commercial.

- Les stratégies achat / Les typologies d'acheteurs / La collecte des besoins métiers internes / Les attentes et critères de satisfaction des acheteurs (outil : VOC)
- La priorisation des achats et l'établissement du rapport de force
 - L'analyse du marché des prestations (Porter) / Kraljic / grilles d'achat / l'analyse de la valeur dans la décomposition des coûts

Cas pratique pour intégrer les concepts « Achat »

2. ADAPTER SES MÉTHODES, OUTILS ET COMPORTEMENTS POUR OPTIMISER LA NÉGOCIATION AVEC LES ACHETEURS

Dans cette 2^{de} partie, le participant acquiert les méthodes et outils pour travailler ses options commerciales.

- L'impact des principes sur l'élaboration de sa proposition commerciale
 - **Application pratique** : l'impact de ces principes de fonctionnement sur mon organisation commerciale face à un service achats - Points forts / points faibles / pistes de progrès / La mise en valeur de mon offre

- Mener un entretien de négociation en respectant une structure type et en connaissant les bonnes pratiques à chaque étape (du premier contact à la signature) pour se diriger avec habileté vers la conclusion du marché.

MÉTHODES PEDAGOGIQUES

Centrée sur la mise en pratique. Les participants appliquent les outils et méthodes lors de simulations et jeux de rôle et apportent en formation un ou des exemples concrets à travailler

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Support complet avec les concepts et les exercices d'entraînement des Quizz et un Plan de Progrès individuel.

MODALITÉS

- INTER ou INTRA à partir de 5 participants
- Lieux : IDF et Province

FINANCEMENT

Pour les adhérents de l'OPCO ATLAS, cette formation est disponible en Action collective.

Pour toute question sur ce dispositif de financement, contactez nos conseillères formations :

- Par téléphone :
01 47 39 02 02
- Par mail : info@evoluteam.fr

- Préparer les 5 clés pour négocier gagnant !
- 1. Préparer sa stratégie
- 2. Se fixer des objectifs spécifiques et ambitieux dans des standards légitimes
- 3. Se concentrer sur les intérêts et motivations de l'acheteur
- 4. Connaître les enjeux et positions de l'acheteur
- 5. Préparer des options claires et des gains mutuels à présenter
 - Préparer les 3 positions de sa négociation
 - Identifier ses MESORE (meilleure solution de rechange)
 - Repérer les ZOPA (zone d'accord possible)
 - Préparer les concessions et contreparties

3. L'ENTRETIEN DE NÉGOCIATION FACE À UN SERVICE ACHATS

Cette 3^{ème} partie permet de travailler la posture en face d'un acheteur et de dérouler lors de jeux de rôle les étapes clés de l'entretien de négociation.

- Connaître les 5 étapes de l'entretien de négociation

Boite à outils de la négociation : les techniques associées

- Faire face aux tentatives de déstabilisation
- Négocier avec assertivité

Autodiagnostic : connaître son style de négociation et identifier ses atouts et ses risques

- Utiliser le langage non-verbal à son avantage

Jeu de rôle : faire face et se mettre en valeur

- Présenter son offre sous le meilleur angle

Exercice pratique : le CAB et le CAP

Jeu de rôle : présenter la valeur de son offre

- Négocier le prix et ses composantes
- Définir sa grille pour valoriser son prix sans le justifier
- Savoir comment résister aux demandes de prix – ne pas confondre « demande » et « objectif »
- Demander des contreparties et ajuster la recherche de la ZOPA (jeux de rôle)
- Répondre aux objections (APARA)
- La fidélisation et la gestion des conflits
 - Le lien entre les deux. Négocier pour une affaire ou pour le long terme ?

Cas pratique : répondre à un acheteur qui exprime des phrases types comme « *je ne suis pas satisfait* » / « *vous m'avez déçu* » / « *vous pouvez faire mieux* »

- La vision hélicoptère : décoller pour mieux progresser dans la relation
- Enrichissement de son Plan de Progrès Individuel

4. PANORAMA DES OUTILS COMMERCIAUX DES ACHATS

Cette dernière partie apporte une vision globale des outils commerciaux et digitaux de l'acheteur en particulier mais aussi du commercial dans la mise en œuvre des appels d'offres.

- Les enchères inversées

FORMATION À DISTANCE

Pendant toute la période de votre formation, pour toute question relative à la plateforme ou pour toute assistance technique, notre équipe pédagogique en charge des modules e-Learning, répondra à vos questions

- ▶ de 9h30 à 17h30 au
01 47 39 02 02
- ▶ ou sur l'adresse mail
suivante :
[contact@creativelearning.digit
alcamp.fr](mailto:contact@creativelearning.digitalcamp.fr)

- Les logiciels de détection d'appels d'offres en temps réel
- Les logiciels de facilitation dans la gestion des dossiers de consultation
- Quiz de vérification des connaissances
- Enrichissement d'un Plan de Progrès Individuel
- Débriefing de fin de session