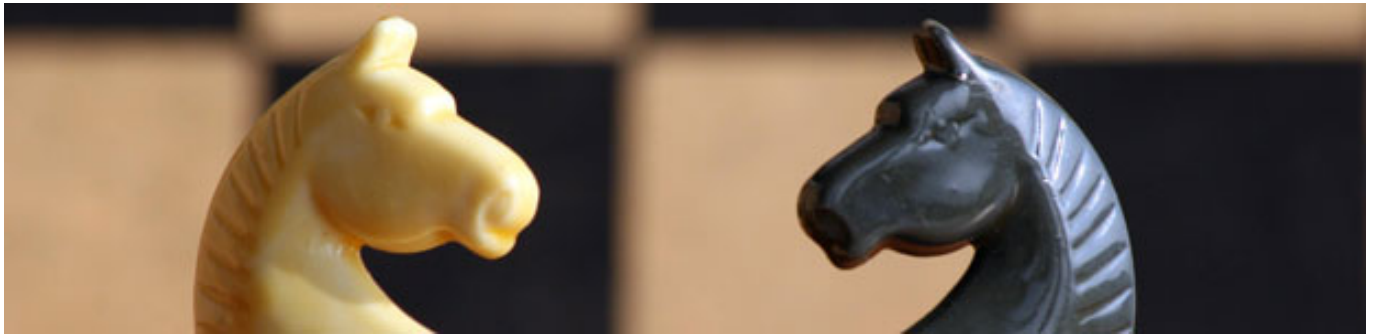




PERFORMANCE
AND DILIGENCE

Négociation raisonnée



Description

Négociation raisonnée et accord équitable

La négociation raisonnée est une méthode qui ne vise pas à faire en sorte que chacune des parties en présence obtienne la complète satisfaction de ses revendications, mais plutôt, un accord jugé équitable par tous soit adopté sans avoir recours à des moyens de pression ou à des astuces particulières, au terme d'un processus d'écoute mené dans le respect des personnes. Il s'agit donc de rechercher un compromis situé à égale distance des attentes des parties en présence, qui respecte les besoins fondamentaux de chacun et qui préserve leur intégrité. Il s'agit donc plutôt d'une négociation « sans perdant ».

Public cible

Responsables ou collaborateurs des services des achats, de la logistique, de l'approvisionnement.

Plan de cours

Jour 1

Fondement de la négociation

- Définition de la négociation;
- Évolution de la négociation;
- Les enjeux de la négociation selon les types de personnalités;
- Les composantes de la négociation;
- Un processus de négociation.

Préparer sa stratégie de négociation

- Les caractéristiques de la négociation;
- Identifier les points d'ancrage;

- Identifier les écarts potentiels;
- Stratégie pour réduire les écarts;
- Établir son argumentaire factuel.

La rencontre initiale avec le fournisseur

- Établir une relation professionnelle;
- Créer un climat de confiance;
- Les attentes de la négociation;
- Questionnement stratégique pour obtenir les objectifs du fournisseur;
- Questionnement stratégique pour détailler la proposition du fournisseur;
- Reconnaître les stratagèmes verbaux, non verbaux et paraverbaux.

Jour 2

La négociation pour un partenariat

- Souligner les points communs;
- Dégager les points à négocier;
- Clarifier l'écart;
- Ne pas élever le niveau de tension;
- L'argumentation factuelle;
- Demander une contre-proposition;
- Négocier une concession;
- Pour obtenir des concessions;
- Émettre une concession.

Fermer la négociation

- Clarifier l'entente négociée;
- Tactiques pour fermer la négociation;
- Comment dire non;
- Comment se sortir d'une impasse.

L'acheteur face aux marchés

- La problématique des achats en économie de marché;
- Le marketing achats et l'achat en amont. Visualisation des portefeuilles achats. L'étude de marché;
- Le *sourcing* dans un contexte interculturel;
- Le diagnostic de la situation des approvisionnements;
- Les risques encourus sur les projets de l'entreprise;
- Les stratégies de base à court terme pour tenir compte des contraintes de l'entreprise;
- La veille technologique et concurrentielle;
- E.procurement (E.approvisionnement).

L'acheteur face aux hommes

- La négociation d'achats;
- Les stratégies de négociation (étude de 7 modes);
- La dimension interculturelle de la négociation;
- La négociation en ligne;
- Les aides relationnelles.

Objectifs

- Développer des habiletés de négociation entre le client et le fournisseur;
- Les concepts clés de la négociation client-fournisseur;
- Comment préparer sa stratégie de négociation;
- Comment réaliser une rencontre initiale avec un fournisseur;
- Comment réaliser une négociation pour obtenir un partenariat durable;
- Comment conclure adéquatement une négociation.

Durée

2 jours.