

# Conférence

---

**La négociation  
en 20 minutes**

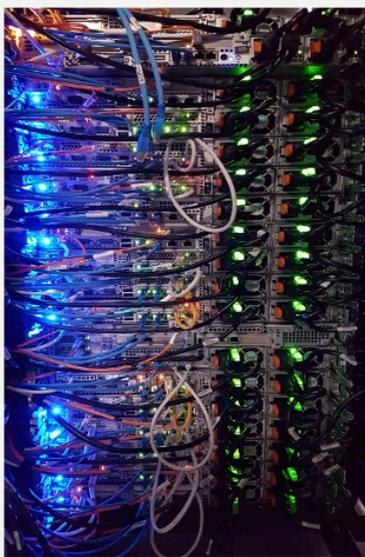
# 01

ET VOUS?

**Je n'ai jamais  
besoin de négociier**

**FAUX**

# “ Je ne négocie jamais...



02

VRAI OU FAUX

La négociation,  
c'est une confrontation

**FAUX**

# La stratégie

LES 2 DÉMARCHES EXTRÊMES



Compétitive



Semi-coopérative  
(coopétitive)



Coopérative



# Le rapport de force

| Pos.   | Point à négocier                    | Importance pour moi<br>0 = nulle<br>3 = élevée | Rapport de force<br>-1 = défavorable<br>1 = favorable | Total     |
|--|-------------------------------------|--|---|-----------|
| 1  | Augmentation de tarif de 10%        | 3  | -1  | -3        |
| 2  | Délais de livraison +1 jour         | 2  | 1   | 2         |
| 3  | Paiement à 30 jours (au lieu de 60) | 0  | 0   | 0         |
| 4  | Partage des coûts logistiques       | 1  | -1  | -1        |
| Rapport de force de la négociation<br>(de -6 à +6 dans cet exemple)→ |                                     |  |   | <b>-2</b> |

Favorable à la  
partie adverse

-6

-2

+6

Favorable  
à moi



# Les points clés

- Choisir sa **stratégie**
  - ☞ compétitive | coopérative | semi-coopérative
- Décider sa **tactique**
  - ☞ point par point | globale
- Évaluer le **rapport de force** pour décider du niveau de préparation nécessaire

# 03

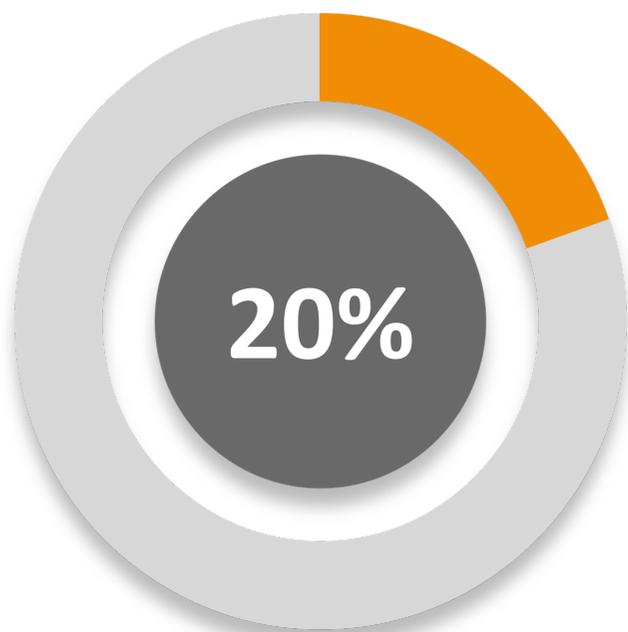
---

BIEN OU PAS?

**Mon meilleur vendeur  
a du bagou, il saura  
négocier**

**NON**

# Temps de parole



Un négociateur professionnel s'exprime 20 % du temps

Un vendeur d'élite parle 40 % du temps

# Fenêtre de Johari

## MATÉRIALISER LES INTERACTIONS

### Zone publique

Tout ce que je dis à la partie adverse

### Zone cachée

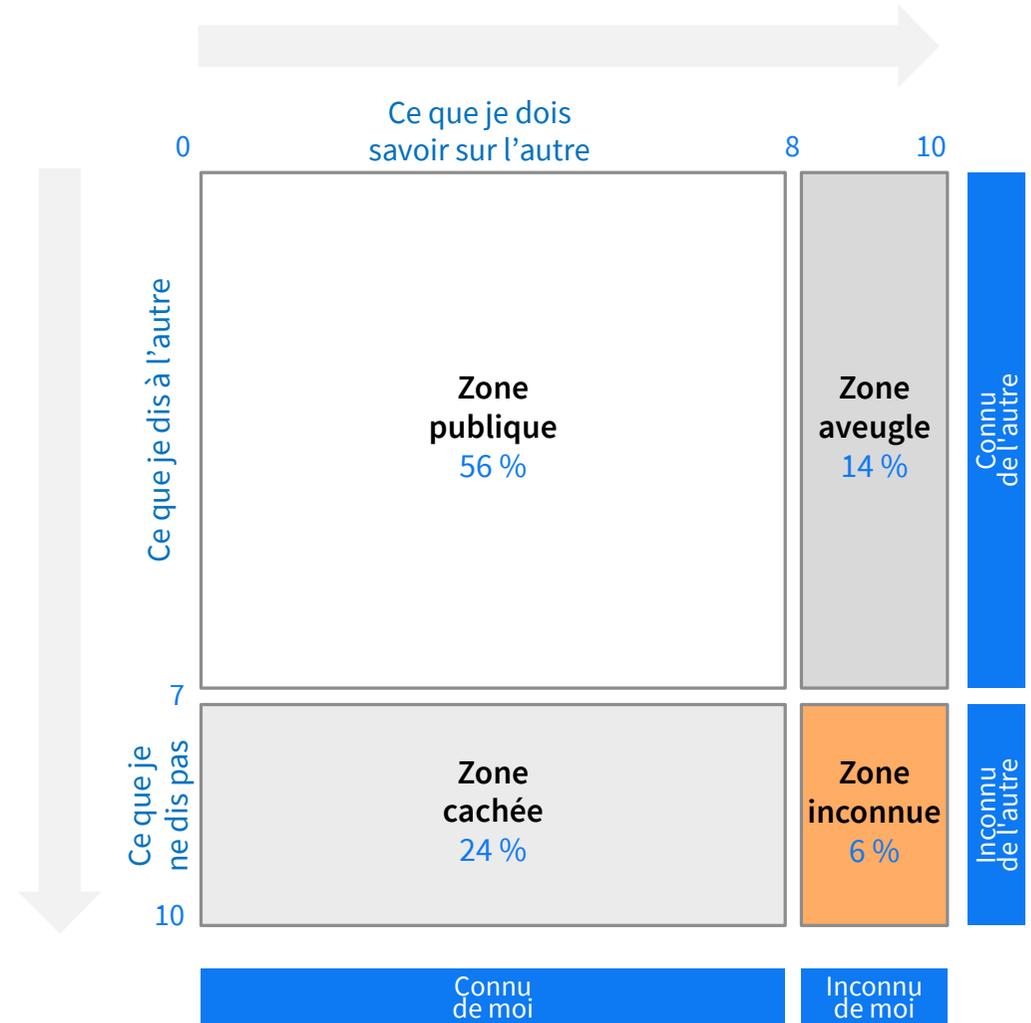
Ce que je sais mais que je ne dis pas

### Zone aveugle

Ce que la partie adverse sait et ne me dit pas

### Zone inconnue

Tout ce que ni moi ni la partie adverse ne savons





# Les points clés

- La négociation commence quand la vente se termine
- **Parler moins**, questionner plus!
- Garder pour soi 24% de ses informations (zone cachée)

# 04

---

VRAI OU FAUX

**FAUX**

**Pas besoin de se préparer  
quand on connaît son sujet**

# La préparation



**Le point de  
convergence**  
ou OCP



**Position**  
versus  
**intérêt sous-jacent**

# Les contreparties

## PAS DE CONCESSION SANS CONTREPARTIE

| Pos. | Ma concession<br>(ce que je suis prêt à lâcher) | Valeur<br>pour moi<br><br>0 = nulle<br>3 = élevée | Valeur<br>pour lui<br><br>0 = nulle<br>3 = élevée | La contrepartie<br>(ce que j'attends en échange) |
|------|---|---|---|--|
| 1    | <i>Interlocuteur dédié</i>                      | 0   | 2   | <i>Réunion projet mensuelle</i>                  |
| 2    | <i>Hotline</i>                                  | 1   | 2   | <i>Limiter interventions 3/mois</i>              |
| 3    | <i>Limite de crédit</i>                         | 2   | 1   | <i>Volume annuel</i>                             |
| 4    | <i>Livraison avant midi</i>                     | 3   | 3   | <i>Acceptation nouv. tarification</i>            |



# Cadrer la négociation

## DÉLIMITER L'ACTION DU NÉGOCIATEUR

### Point idéal PI

Le maximum que le négociateur peut obtenir, doit être ambitieux sans être déraisonnable.

### Point objectif PO

La cible réelle que je veux atteindre, généralement plutôt une fourchette qu'un simple point.

### Point de bascule PB

Point au-delà duquel le négociateur ne peut plus s'engager de lui-même mais doit faire appel au décideur.

### Point de rupture PR

Point au-delà duquel la négociation doit être arrêtée.



P. ex. CHF 100K, +10 % ...

P. ex. CHF 80K, +8 % ...

P. ex. CHF 60K, +6 % ...

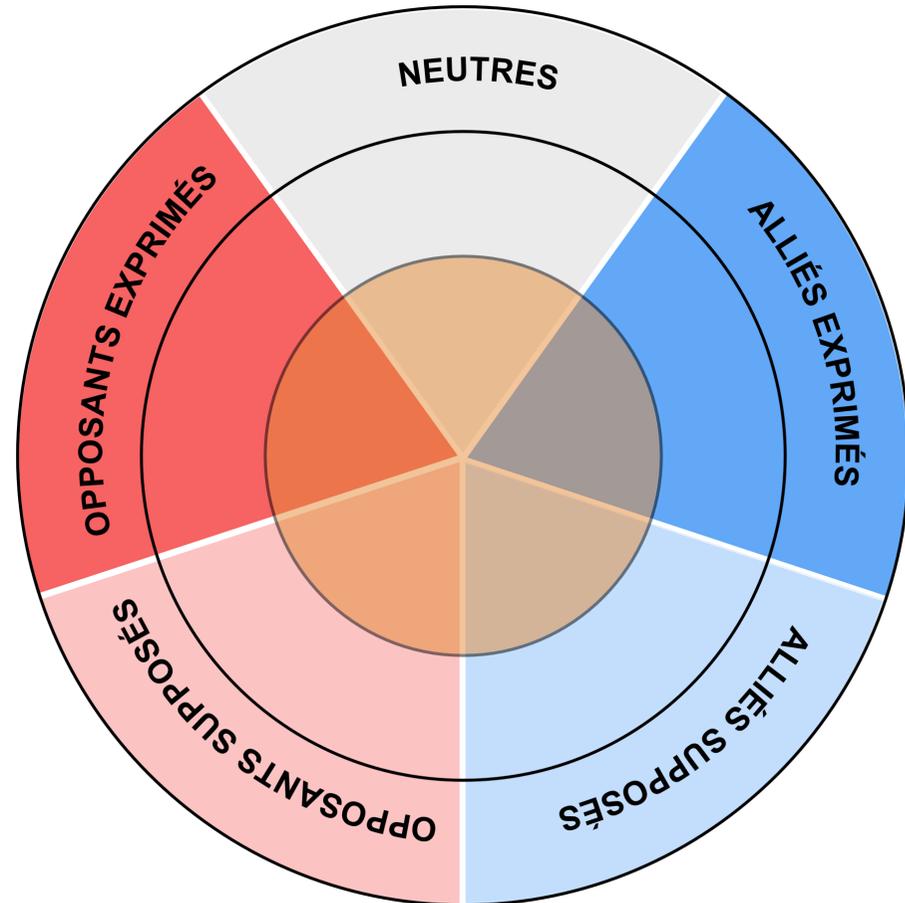
P. ex. CHF 50K, +5 % ...

(ce sont des exemples uniquement)

# Socioplan

## ÉTAPES DE CRÉATION DU SOCIOPLAN

1. Recensement des acteurs
2. Proximité
3. Engagement
4. Relation entre les acteurs

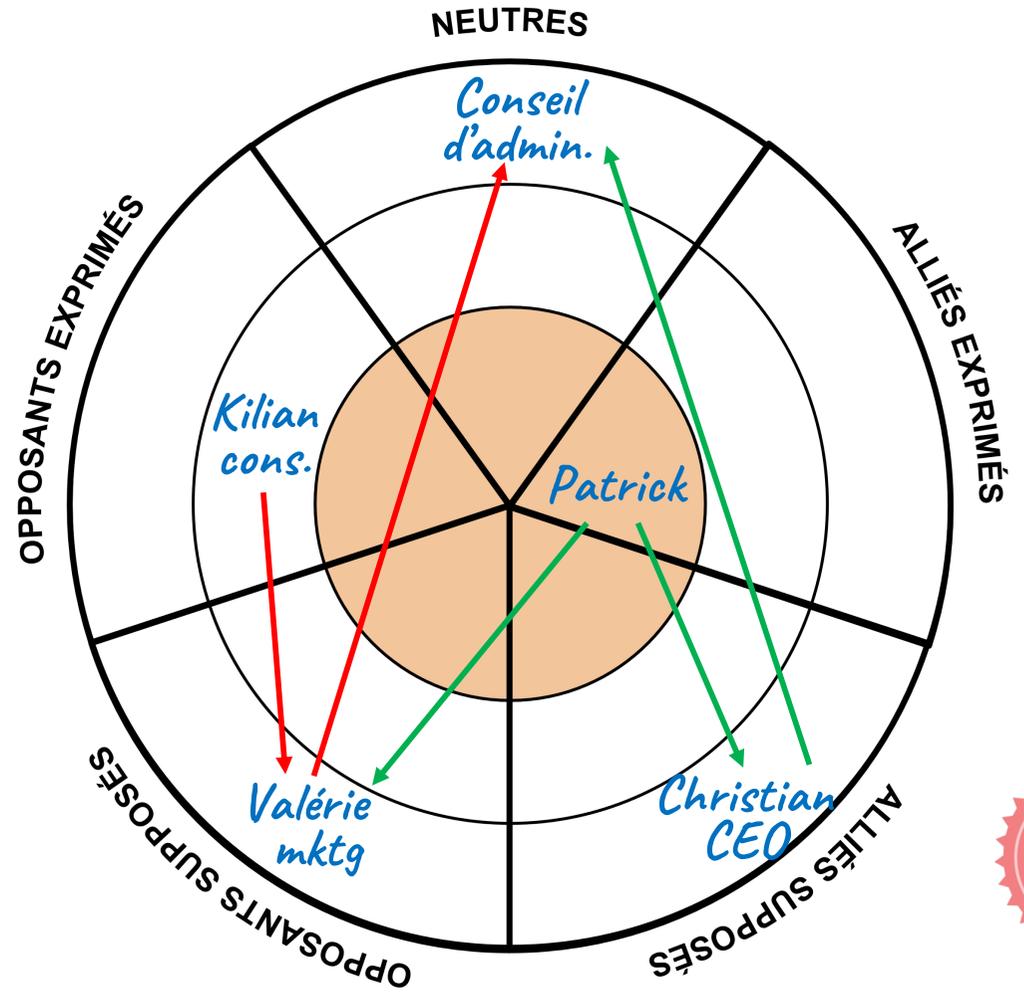


Sources: M. Mery et L. Combalbert

# Socioplan

## ÉTAPES DE CRÉATION DU SOCIOPLAN

1. Recensement des acteurs
2. Proximité
3. Engagement
4. Relation entre les acteurs



Sources: M. Mery et L. Combalbert



# Les points clés

- Convenir d'un **Objectif Commun Partagé**
- Différencier **position** et **intérêt** sous-jacent
- Identifier le **ratio coût/bénéfice** de chaque concession
- Définir les **bornes** qui délimitent l'action du négociateur
- Positionner les **acteurs** de la négociation et leur **influence**

# 05

---

VRAI OU FAUX

**Le décideur participe  
toujours à la négociation**

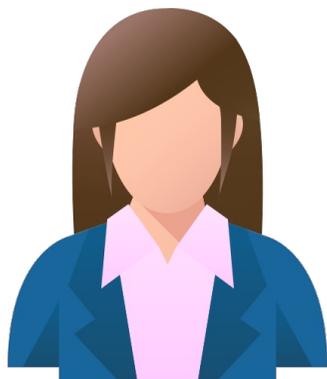
**FAUX**

# L'équipe de négociation

S'APPUYER SUR LA COMPLÉMENTARITÉ DES RÔLES ET SORTIR LE DÉCIDEUR



Responsable  
de négociation



Expertise  
relationnelle



Expertise  
technique



Expertise  
négociatrice



Expertise  
décisionnelle

Crédibilité + légitimité

- Stratégie, tactique, techniques
- Préparer ses scénarios
- Articuler le sociogramme
- Construire son argumentaire
- Élaborer son offre d'ouverture
- Adopter la bonne attitude
- Traiter les objections
- Savoir réagir aux menaces
- Accélérer la conclusion
- Identifier les signaux d'achat
- Maîtriser les techniques de persuasion
- Gérer les situations difficiles
- Comprendre les différences culturelles

# Négociier avec succès

FORMATION ET COACHING

# Développez vos talents commerciaux



Vente



Prospection



Négociation



Management  
commercial



Claude  
Volery