

## Fiche-Programme pour le séminaire "La négociation d'achat"

Ce séminaire est destiné aux cadres et agents de maîtrise habilités à effectuer des actes d'achat ainsi qu'à leur hiérarchie.

### **Objectif général du séminaire**

Donner les éléments et les outils permettant :

- a) d'optimiser le résultat des négociations relatives aux achats de biens et services au profit des entreprises
- b) d'optimiser les démarches de négociations internes

### **Contexte**

- Les entreprises acquièrent chaque année pour plusieurs millions d'Euro de produits et services divers afin de satisfaire leurs besoins opérationnels et fonctionnels.  
Cela représente une part non négligeable de leur chiffre d'affaires annuel.
- Ces achats de biens et services sont généralement effectués par des acheteurs confirmés dès que les valeurs impliquées ou que les risques encourus deviennent importants. Mais on constate que pour des marchés non stratégiques, fort "spécifiques" ou banals, un grand nombre d'acte d'achats sont réalisés par les prescripteurs -cibles privilégiées des fournisseurs- ou par les utilisateurs eux-mêmes, ravis du mandat apparent qui leur est octroyé. A tous il est nécessaire de délivrer les méthodes et les instruments qui leur permettront de mener au mieux les négociations avec les fournisseurs.
- Ce sont les démarches préalables à la négociation qui vont conditionner le bon cheminement de celle-ci. Depuis l'analyse des stratégies d'achat adaptées à chaque type de marché jusqu'à l'identification des objectifs de négociation, les différentes phases de préparation permettront aux acheteurs de se donner tous les atouts afin de mener à bien leurs discussions avec les fournisseurs.
- La négociation proprement dite va être révélatrice de l'état de préparation de chacun des interlocuteurs. Elle va également mettre au devant de la scène la capacité de chacun d'analyser les comportements de l'autre et d'adapter sa stratégie en conséquence. Son bon déroulement sera la preuve d'une maîtrise des débats et différents aléas pouvant surgir en cours de discussion par les

acheteurs.

Une fois les accords conclus, la formalisation et le respect de ceux-ci doivent faire l'objet d'un contrôle permanent où utilisateur et acheteur ont chacun leur rôle à jouer.

### **Programme : 4 étapes réparties sur 2 journées**

- Positionner les achats au sein de l'entreprise et le processus de négociation au sein du flux d'achat
- La préparation de la négociation :
  - Segmenter les différents marchés et définir les stratégies d'achat adéquates
  - Définir les besoins de l'entreprise
  - Obtenir le cahier des charges
  - Analyser les caractéristiques du couple Produit- Marché
  - Effectuer la sélection des fournisseurs
  - Etablir l'objet et les objectifs de négociation
  - Déterminer les positions de repli
  - Convoquer le(s) fournisseur(s) élu(s)
- Le pilotage de l'entretien de négociation
  - Percevoir les étapes obligées de cet entretien
  - Définir l'itinéraire de la négociation
  - Détecter les styles particuliers de vos interlocuteurs
  - Gérer les conflits
  - Faire usage des outils d'analyse comportementale (introduction aux aspects d'analyse transactionnelle et de PNL)
- L'aval de la négociation
  - Evaluer les résultats obtenus
  - Contractualiser les accords
  - Assurer le suivi des contrats

### **Moyens et méthode pédagogique**

- Des exposés pédagogiques dont la succession reflète le déroulement chronologique des différentes démarches en amont et en aval de la négociation. Ils feront appel –en temps réel- aux expériences vécues par les participants, ceci dans un souci d'interactivité optimale
- Des exercices de négociation (internes ou externes), basés sur des cas vécus ou prévisibles, seront joués par les participants. S'ils le désirent, ceux-ci pourront visionner leurs prestations après débriefing par l'ensemble du Groupe, ceci afin de mettre à jour les faits saillants de la négociation.

### **Populations visées**

Environ 12 personnes représentatives de la corporation des acheteurs.

Un mélange d'acheteurs et de prescripteurs "auto-acheteurs" ne peut que contribuer à enrichir les échanges entre les 2 populations