

Référentiel de certification

Négociier et manager un accord commercial

Objectif de la certification :

La certification « Négociier et manager un accord commercial » vise le développement des compétences des professionnels des secteurs de la vente, de la distribution et/ou du service notamment les nouveaux managers et les commerciaux souhaitant évoluer vers une fonction comportant une dimension négociation d'accords commerciaux dans le secteur de la distribution ou du service.

Cette certification jalonne les différentes étapes du processus de négociation d'un accord commercial ; de la phase de préparation, à la conduite et conclusion de la négociation de l'accord. Elle inclut également le management de l'accord commercial pour assurer sa sécurisation par l'accompagnement des équipes de vente directe et indirecte et par l'animation de réunions commerciales destinées à préparer l'équipe à sa mise en œuvre.

Public visé :

La certification s'adresse aux professionnels exerçant une fonction commerciale dans le secteur de la distribution et du service, notamment les :

- Nouveaux managers et commerciaux souhaitant évoluer vers une fonction comportant une dimension négociation ou renégociation d'accords commerciaux.

Prérequis d'entrée en formation :

- Justifier d'une expérience professionnelle de minimum 3 ans dans le domaine de la vente, dans le secteur de la distribution et/ou du service.
- Avoir un projet professionnel en adéquation avec la négociation d'un accord dans le secteur de la distribution ou du service.

Prérequis d'inscription à la certification :

- Justifier d'une expérience professionnelle de minimum 3 ans dans le domaine de la vente, dans le secteur de la distribution et/ou du service.
- Avoir un projet professionnel en adéquation avec la négociation d'un accord dans le secteur de la distribution ou du service.
- Avoir suivi le parcours de formation dispensé pour prétendre à la certification.

Référentiel de certification

Négocier et manager un accord commercial

REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
<p>C1. Préparer la négociation ou renégociation d'un accord commercial dans le secteur de la distribution et du service, en identifiant toutes les variables sur lesquelles jouer et la marge de manœuvre au regard du contexte et des enjeux de la situation de la relation commerciale pour anticiper les différents scénarios et prévoir les options à envisager.</p>	<p>Me1. Mise en situation professionnelle reconstituée sur une négociation commerciale d'un accord avec soutenance orale (C1 à C5)</p> <p>Durée. <u>1/ Préparation de la négociation :</u> - en amont et restitution du livrable à remettre 10 jours avant la mise en situation.</p> <p><u>2/ Mise en situation face au jury :</u> - 15 minutes de présentation de sa préparation - 15 minutes de mise en situation pour le 1^{er} round - 15 minutes d'ajustement pour préparer le 2^{ème} rdv - 15 minutes de mise en situation pour le 2^{ème} round - 15 minutes de débriefing sous forme de soutenance orale</p> <p>Modalités d'évaluation. Il est remis au candidat un scénario décrivant le contexte de la négociation d'un accord commercial, des informations sur le/les interlocuteurs, l'offre et le prix à défendre.</p>	<p><u>La fiche de préparation de la négociation comporte :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La liste de tous les acteurs de la négociation impliqués (responsabilités spécifiques, autorité...). • L'identification des acteurs de la négociation selon leurs apports d'influence (utilisateur, décideur, prescripteur, conseiller...), de préférence et de proximité auprès du décideur. • L'identification des atouts et des faiblesses du client, la concurrence ou les marchés potentiels (technique <i>SWOT et SOAR</i>). • L'identification de ses atouts et propres faiblesses dans la négociation. • La liste des concessions et contreparties possibles (minimum 3 de chaque). • L'identification des enjeux concrets de la négociation (prix, délai...) et les enjeux relationnels (bonnes pratiques, émotions, valeurs...) et leur hiérarchisation.

Référentiel de certification

Négocier et manager un accord commercial

	<p>Il est demandé, au candidat, dans un premier temps de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - préparer la négociation de l'accord - construire sa stratégie relationnelle de négociation - élaborer un argumentaire d'exigence initiale élevée de négociation. - définir un plan d'action sous forme de plan d'affaires avec des objectifs de vente et les moyens à mettre en œuvre destiné à la force de vente directe ou indirecte. <p>Ces informations seront décrites et rédigées dans un document remis au jury.</p> <p>Puis, dans un second temps, le candidat doit conduire la négociation en deux rendez-vous espacés de 15 minutes pour réaliser les ajustements nécessaires, dans le but d'arriver à un accord avec le prospect, tout en respectant sa marge commerciale.</p> <p>Enfin, lors de la soutenance orale, un débriefing de la négociation de l'accord commercial est réalisé avec le jury et le candidat argumentera ses choix.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La définition des différentes variables de la négociation (le prix, le délai, le mode de financement, le scope...). • La liste les objectifs commerciaux à atteindre. • La définition de la « <i>meilleure solution de rechange/repli</i> » (le mieux que l'on puisse obtenir si l'autre personne refuse de négocier avec nous). • La définition de son objectif commercial idéal et de celui de l'acheteur. • L'identification des points difficiles ou non négociables en confrontant les objectifs des 2 parties. • L'identification des zones d'accord possibles en confrontant les objectifs des 2 parties. • Des options de réponses possibles reliés à des scénarios.
<p>C2. Construire la stratégie relationnelle de la négociation d'un accord commercial, en identifiant le rôle, les besoins spécifiques et le degré de décision des différents interlocuteurs afin d'ajuster le curseur de pouvoir de la négociation et choisir une tactique adaptée.</p>		<p><u>Le candidat démontre sa capacité à :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Choisir la stratégie relationnelle adéquate à mettre en œuvre en fonction de la personnalité de/des interlocuteurs décrits dans le cas pratique. • Déterminer le niveau de pouvoir de chaque acteur et leur niveau de confiance les uns aux autres : <ul style="list-style-type: none"> ○ Opter pour une stratégie compétitive si le niveau de confiance est bas.

Référentiel de certification

Négocier et manager un accord commercial

		<ul style="list-style-type: none"> ○ Opter pour une stratégie collaborative si le niveau de confiance est installé. ○ Proposer une stratégie mixte si la confiance est mitigée entre les acheteurs afin d'équilibrer le rapport de force et le compromis.
<p>C3. Élaborer un argumentaire sur une exigence initiale élevée d'un accord commercial en incluant les modalités de celui-ci (ressources à disposition, marge attendue, prix) en préparant une stratégie de concession-contrepartie intégrant la durée et la valeur des concessions pour préparer des solutions alternatives favorisant l'acceptation de la proposition.</p>		<p><u>L'argumentaire élaboré comprend :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● La délimitation du champ de la négociation ● La définition de la position affichée (exigence de départ), le point de rupture (le seuil à ne pas dépasser/rupture du dialogue) et la zone d'accord possible. ● La liste des contreparties à chaque concession ● La prise en compte des éventuels points bloquants et leur qualification (points : majeurs ou mineurs). ● Une stratégie de questionnement élaborée : <ul style="list-style-type: none"> - Des questions ouvertes et progressivement un questionnement dirigé pour terminer avec des reformulations sous forme de questions fermées (<i>méthode de l'entonnoir</i>). - Question et bilan orientées - Question de remise en cause avec la méthode PSAI ● Le coût de chacune des concessions est envisagée.

Référentiel de certification

Négocier et manager un accord commercial

		<ul style="list-style-type: none"> • L'identification de solutions de secours (des éléments qui apportent de la valeur à l'acheteur sans sacrifice financier en retour). • L'élaboration de scénarios d'« exigences » accordables (délai de livraison, garantie, facilité de paiement, options...). • L'identification d'au moins une concession inaccessible sur un point mineur pour crédibiliser l'offre.
<p>C4. Conduire un entretien de négociation, dans le secteur de la distribution et du service, en équilibrant le rapport de force avec l'interlocuteur, en valorisant sa proposition initiale et en identifiant le point de rupture du client pour ajuster les variables de l'accord commercial, accorder des concessions tangibles et trouver une zone d'accord possible pour l'ensemble des parties.</p>		<p><u>Le candidat démontre sa capacité à :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Démarrer la négociation avec une offre élevée pour augmenter la marge de manœuvre. • Argumenter autour de la méthode SIMAC pour défendre les caractéristiques du produit ou la qualité du service. • Mettre en relief les bénéfices de l'offre face au besoin de l'acheteur. • Apporter des arguments tangibles sur l'entreprise et/ou le produit/service pour se démarquer de la concurrence. • Tenir sa position en s'appuyant sur la technique AICVR et ainsi valoriser son offre tout en restant développant une attitude assertive • Céder progressivement jusqu'au point de rupture aux demandes de l'acheteur en obtenant systématiquement une contrepartie.

Référentiel de certification

Négocier et manager un accord commercial

		<ul style="list-style-type: none">• N'accorder une concession que moyennant une contrepartie tangible• Exposer l'effort réalisé lors des concessions (un prix réduit, un service offert...) afin de le valoriser et de donner le sentiment à l'acheteur d'être redevable.• Reculer à petit pas (minimiser la concession du client, échanger d'une façon croissant en termes de temps et décroissant en terme de valeur)• Rappeler les efforts réalisés par les 2 parties et inviter l'acheteur à conclure cette négociation.
<p>C5. Conclure un accord commercial en définissant les termes et conditions finales de celui-ci sur le principe « gagnant - gagnant » et en le formalisant pour verrouiller la négociation et engager l'autre partie vers la finalisation du processus.</p>		<p><u>Le candidat démontre sa capacité à :</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Réaliser un 1er accord intermédiaire (délai, financement, livraison) pour déboucher sur l'accord global.• Synthétiser le bilan de l'entretien (arguments clés et bénéfiques acheteur) pour amener une réponse rationnelle et cohérente.• Projeter l'acheteur dans l'utilisation du produit /service pour lui permettre de visualiser tous les bénéfices qu'il en retirerait.• Reformuler les termes et les conditions finales de l'accord.

Référentiel de certification

Négocier et manager un accord commercial

<p>C6. Accompagner la force de vente directe et indirecte pour sécuriser la mise en œuvre de l'accord commercial et garantir son déploiement dans les conditions prévues par la mise en place d'un plan d'action et en anticipant les éventuelles difficultés.</p>	<p>Me2. Cas pratique sur l'accompagnement de la force de vente avec remise d'un rapport et soutenance orale (C6)</p> <p>Durée.</p> <p><u>1/ Préparation des livrables :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - en amont et restitution des livrables à remettre 10 jours avant la soutenance orale. <p><u>2/ Soutenance orale face au jury :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 15 minutes de présentation et d'échanges avec le jury <p>Modalités d'évaluation.</p> <p>Il est remis au candidat un cas pratique avec des informations sur une équipe de vente directe et indirecte et sur les conditions d'un accord commercial préalablement négocié.</p> <p>Dans un premier temps, le candidat doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Construire un plan d'action pour garantir la mise en place de l'accord sur l'ensemble du secteur d'un commercial - Rédiger un court rapport à destination de la force de vente pour les accompagner dans la mise en œuvre des actions <p>Puis, lors de la soutenance orale, le candidat présente son rapport et son plan d'action et argumente ses choix face au jury.</p>	<p><u>Le candidat démontre sa capacité à :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Élaborer un plan d'action comprenant : <ul style="list-style-type: none"> ○ des échéances business ○ des actions de développement pour la force de vente ○ une révision des effectifs de l'équipe de vente permettant de garantir la mise en œuvre de l'accord • Fixer des objectifs spécifiques, mesurables, réalisables, pertinents et planifiés dans le temps pour la force de vente directe ou indirecte. • Rédiger un rapport pédagogique, clair, synthétique et structuré comprenant : <ul style="list-style-type: none"> ○ les actions attendues pour la force de vente sous forme d'un EMAC ○ un débriefing et des axes de progrès (minimum deux) permettant de motiver la force de vente.
---	---	--

Référentiel de certification

Négocier et manager un accord commercial

<p>C7. Animer une réunion commerciale synthétisant le bilan d'affaires d'un accord commercial pour engager et mobiliser l'équipe de vente, directe ou indirecte, sur la mise en œuvre de l'accord, sur la fixation des nouveaux objectifs dépassant l'accord initial et pérennisant sur le long terme la relation avec le client.</p>	<p>Me3. Mise en situation sur l'animation d'une réunion commerciale présentant un accord commercial (C7)</p> <p>Durée.</p> <p><u>1/ Préparation de la réunion commerciale :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - en amont et restitution de la préparation à remettre 10 jours avant la mise en situation. <p><u>2/ Mise en situation d'animation de la réunion :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 15 minutes <p><u>3/ Débriefing avec le jury :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 5 minutes d'échanges avec le jury <p>Modalités d'évaluation.</p> <p>Il est demandé au candidat, à partir d'informations lui étant remises sur un accord commercial, sur un bilan d'affaires et sur des objectifs commerciaux fixés, de réaliser un support de réunion présentant la situation de l'accord et synthétisant le bilan d'affaires.</p> <p>Dans un second temps, le candidat doit animer une réunion commerciale sur un objectif prioritaire de l'accord commercial et mettre en mouvement l'équipe (joué par les membres du jury) pour les engager sur un objectif ASMAC et les faire construire un argumentaire de vente permettant de faire respecter l'accord national en magasin.</p>	<p><u>Le candidat démontre sa capacité à :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Présenter un support de réunion clair, impactant et synthétique comprenant : <ul style="list-style-type: none"> o les actions prioritaires de la mise en œuvre de l'accord. o Synthétisant le bilan d'affaires (analyse des écarts avec les objectifs commerciaux fixés et de la performance des résultats de vente) - Galvaniser l'équipe commerciale autour d'un atelier permettant d'engager l'équipe vers un objectif commun. - Mobiliser l'équipe sur l'élaboration commune d'un argumentaire de vente ASMAC pour convaincre les clients et faire respecter l'accord national en magasin. - Mettre en situation l'équipe sur la maîtrise de l'argumentaire de vente à déployer chez les clients pour atteindre l'objectif.
--	---	--