

CYCLE « CONSTRUIRE, ASSUMER ET DÉFENDRE SES PROPOSITIONS BUDGÉTAIRES »

Programme
en **2 jours**

POUR RÉSISTER À LA PRESSION DES CLIENTS



OBJECTIFS

- ▶ Prendre conscience du **modèle économique** de l'agence.
- ▶ Construire efficacement une proposition afin d'orienter la négociation et créer **les conditions de succès**.
- ▶ Savoir **présenter sa proposition** au téléphone et en réunion.
- ▶ **Assumer** les montants proposés.
- ▶ **Se responsabiliser** sur les résultats de l'entreprise.
- ▶ Connaître les **bonnes techniques** de négociation afin d'aboutir à un accord viable avec le client.
- ▶ **Développer son assurance** pour toujours négocier en faveur de l'agence.
- ▶ Corréler **mission, taux jour, temps passé et montants** de la proposition.
- ▶ **Rédiger** des propositions qui valorisent le **travail** et la **mission** à accomplir.



À SAVOIR

Public concerné :

Formation destinée à tout **dirigeant, manager** ou **collaborateur** qui construit, présente et négocie ses **propositions budgétaires**.

**À L'AACC
8 PERS**

**JOUR 1
9.30 | 18.00***

**JOUR 2
9.30 | 18.00***

* Déjeuner inclus

PRÉREQUIS

Pour bénéficier pleinement des acquis de la formation, il est nécessaire d'être responsabilisé sur la **partie financière de son projet**.

MÉTHODE & ÉVALUATION

L'orientation de l'approche pédagogique est centrée sur **l'appropriation**.

La méthode est basée sur une alternance d'**apports théoriques** et surtout d'**applications pratiques**.

La **connexion avec le quotidien professionnel** se réalise au travers d'exercices individuels et collectifs et de jeux de rôle construits à partir du **contexte actuel** des participants.

A l'issue de la formation, chaque participant auto-évalue ses acquis à travers un **bilan de la formation** intitulé "plan de développement professionnel" (autodiagnostic et plan d'action).

INTERVENANT

Elisabeth JOHNSTON

Fondatrice du cabinet JOHNSTON & JOHNSTON, spécialisée dans les **formations Management, Marketing, Media et Communication**.

Analyse et étudie les **problématiques clients**. Développe des formations qui permettent d'optimiser la **montée en compétence** des collaborateurs.

Formatrice spécialisée en Relation Client et **Négociation Financière**.

Parcours

20 ans d'expérience en agences :
CLM BBDO, Proximity BBDO, Raison de Plus

CONTACT : Laetitia HARDY

AACC - Association des Agences-Conseils en Communication - Syndicat Professionnel (loi 1884)
40, boulevard Maiesherbes - 75008 paris | Tél. : +33 (0)1.47.42.13.42 | www.aacc.fr - email : lhardy@aacc.fr

CYCLE « CONSTRUIRE, ASSUMER ET DÉFENDRE SES PROPOSITIONS BUDGÉTAIRES »

POUR RÉSISTER À LA PRESSION DES CLIENTS

JOUR 1 CONSTRUIRE UNE PROPOSITION BUDGÉTAIRE SOLIDE

A/ COMPRENDRE LE MODELE ÉCONOMIQUE DE L'ENTREPRISE

- ▶ **CA, MB, MN** : définition et évaluation.
- ▶ Rapport **coûts directs / coûts indirects** (overhead, charges agence).
- ▶ Taux jour : comment sont-ils calculés ?
- ▶ Les différents **modes de rémunération** possibles.

B/ ANTICIPER LA NÉGOCIATION

- ▶ **Construire** les **propositions budgétaires** pour anticiper la négociation.
- ▶ **Créer les conditions du succès** de la négociation : préparer pour orienter.
- ▶ **Rédiger** une proposition crédible : prestation ou taux jour ?
- ▶ **S'adapter à son public** : opérationnels vs acheteurs.
- ▶ **Maîtriser le périmètre du contrat** pour revendre ce qui n'en fait pas partie.

C/ PRÉSENTER LES PROPOSITIONS BUDGÉTAIRES

- ▶ **Montrer de l'assurance** lors de la présentation, au téléphone et en réunion.
- ▶ Éviter les **mots qui trahissent**.
- ▶ **Adopter les techniques** qui confortent la position de l'entreprise.
- ▶ Instaurer des **points financiers réguliers avec le client**.

JOUR 2 LES TECHNIQUES POUR DÉFENDRE ET NÉGOCIER LES PROPOSITIONS

*Cette formation s'inscrit dans la **continuité** de la **journée précédente***

Connaître les **techniques de négociation** pour **préserver ses marges**

A/ L'ART DU REFUS

- ▶ Toujours **"refuser" de baisser ses conditions** dans un premier temps et **argumenter ce refus**.
- ▶ **Obtenir l'ensemble des efforts** souhaités par l'interlocuteur et ses critères de comparaison.

B/ SE DONNER DES LIMITES

- ▶ **Jusqu'où tenir ?**
- ▶ **Comment lâcher ?**
- ▶ Quelles **contreparties proposer ?**

C/ NÉGOCIER EN FAVEUR DE L'AGENCE

- ▶ Quelles **contreparties obtenir ?**
- ▶ **Finaliser** l'accord avec le client.

CONTACT : Laetitia HARDY

AACC - Association des Agences-Conseils en Communication - Syndicat Professionnel (loi 1884)
40, boulevard Malesherbes - 75008 paris | Tél. : +33 (0)1.47.42.13.42 | www.aacc.fr - email : lhardy@aacc.fr