



NÉGOCIER UNE PRESTATION DE COMMUNICATION EN TEMPS DE CRISE

OBJECTIFS

- ▶ S'affirmer et « éduquer » le client
- ▶ Préparer ses négociations avec méthodologie
- ▶ Refuser habilement de baisser ses conditions
- ▶ Exiger des contreparties équitables

À SAVOIR

- ▶ **Public concerné :**
L'ensemble des consultants et commerciaux en agence de communication.
- ▶ Formation incluant un **webinar participatif de 3 heures** (étude de 3 cas) et **1 heure minimum de training individuel** (entraînement sur un cas réel).

9.30 | 17.30

6 PERS

PROGRAMME

THÈME 1 : DÉFENDRE SA POSITION EN CONTÊTE DÉGRADÉ

Savoir refuser la demande d'un client

- Utiliser un langage ferme
- Argumenter sans se justifier

Présenter efficacement une décision difficile

- Aller droit au but
- Employer des phrases courtes

Faire preuve d'empathie si nécessaire

Parvenir à un compromis

THÈME 2 : LA PRÉPARATION D'UNE NÉGOCIATION EN CONTÊTE DÉGRADÉ

1^{er} point : Récupérer les informations déterminantes

- Exemple : engagement contractuel, situation économique du client et de son secteur...

2^e point : Définir son objectif prioritaire

- Exemple : faire respecter les engagements, 50% de maintien du CA, conserver le client...

3^e : Élaborer une argumentation ajustée

- Les 4 grandes catégories d'arguments
 - > Le cadre contractuel / la relation commerciale / le retour sur investissement / l'empathie.
- Rendre ses arguments concrets

4^e point : Déterminer les concessions envisageables et les contreparties nécessaires

- La grille des concessions – contreparties
 - > Exemple : durée de l'engagement / baisse des volumes / conditions de paiement / réorientation des achats...
- Définir les différents scénarios et les limites

5^e point : Définir sa stratégie

- Dans quel ordre négocier ?

THÈME 3 : LES TECHNIQUES DE NÉGOCIATION EN CONTÊTE DÉGRADÉ

Faire parler son interlocuteur

- Les questions pour diagnostiquer le contexte du client (économique et psychologique)
- Les questions pour diagnostiquer la perception du client par rapport à notre offre
 - > Sommes-nous stratégique ou non ?

Re-vendre son produit, ses services

- Une négociation démarre lorsque la vente est faite

Bien démarrer la négociation

- Démarrer en « haut » et pas d'auto-négociation

Sur chaque point de discussion adopter 4 réflexes du négociateur :

- Faire exprimer les efforts attendus
- Résister par des arguments
- Valoriser chaque concession
- Obtenir une contrepartie

Verrouiller son client

- Engager sur chaque point et sur la décision

MÉTHODE

Chaque participant expose et joue une situation de refus vécu.

Durant la formation, chacun applique la méthode de préparation sur une négociation réelle.

INTERVENANT

Tal LAURY intervient en tant qu'expert-négociation auprès de l'AACC depuis 2011. Diplômé de l'Université Paris IX Dauphine, il crée le cabinet Accédia après une expérience de 15 ans dans la vente et le conseil. Spécialisé en négociation depuis 2005, il accompagne en formation et en coaching de nombreuses agences mais aussi les grandes entreprises (Dentsu Aegis Network, Publicis Sapient, DDB, BCW, etc.).

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