

Négociateur et conclure

livre + DVD

(Commander sur www.eyrolles.com)



1. Quand l'acheteur dit « Non ! »...



Jack Torné, acheteur, reçoit Éric Souplain :

J. T. : Écoutez, Monsieur Souplain, je ne suis pas prêt à signer à n'importe quel prix... alors proposez-moi un devis réaliste pour la gamme des solaires et on pourra passer aux cosmétiques...

La négociation commence quand l'acheteur dit « Non ». Son objectif : empêcher le vendeur de formuler et maintenir son offre d'ancrage. Voici 4 techniques utilisées par l'acheteur pour saper l'offre d'ancrage.

1. La pêche à la ligne

Jack Torné demande une concession à Éric sans préciser ce qu'il attend. Il part en fait à la pêche aux infos : quelle est la fourchette de remise qu'il peut espérer. Dans ce contexte, ne pas répondre, demander plutôt en retour l'objectif de votre client.

2. La négociation par appartement

L'acheteur tente de négocier point par point, comme on découpe une tranche de glace. C'est à son avantage, car une fois qu'il aura obtenu des concessions sur chaque point, il pourra demander une remise globale sur volume... Négociez au global, tous critères confondus.

3. La disqualification

L'acheteur montre qu'il n'est pas intéressé par...

Extraits du livre « Négociateur et conclure » :

- Le film commenté ligne par ligne
- Les conseils de l'expert en vidéo
- Une méthode de négociation éprouvée

Savoir présenter son prix

3 stratégies s'offrent à vous selon le contexte de la négociation :

1. Présentez une offre non comparable

Dans le cas où vous souhaitez vous distinguer de la concurrence, ou pour sortir de l'objection prix, présentez une offre non comparable. Jouez sur tous les critères de différenciation.

Exemples : le conditionnement, les spécificités produit, le calcul du prix (à l'heure avec ou sans temps de transport, à la minute commencée ou au prorata, au litre acheté ou utilisé, au mètre disponible ou effectif, à l'unité livrée ou consommée, à la surface incluant les parties communes ou non...), les conditions de paiement, au forfait ou au détail, à la tâche ou à l'heure...

2. Offre comparable : choisissez le meilleur rapport

Si vous optez pour une offre comparable, il faut qu'elle soit à votre avantage. Dans la proposition écrite, mettez en gras, en couleur ou en caractère large l'expression du prix la plus favorable pour vous.

Exemple : si le prix au litre de peinture est plus élevé, exprimez le prix par m² couvert si la peinture est plus couvrante que celle de la concurrence.

3. Offre comparable : passez du principal aux options

Dans le cas d'appels d'offres peu précis, et pour lesquels vous subissez une forte pression sur le prix : présentez le cœur de votre proposition (le principal) sans les options. Puis sur une page annexe, présentez les options. Pour baisser le prix facial (le principal), passez un maximum de prestations périphériques dans les options. Vous baisserez ainsi le prix facial sans réduire votre marge.

Présenter l'offre prévue coûte que coûte

L'objectif de l'acheteur est de vous empêcher de présenter votre offre dans son intégralité, voire de vous dissuader d'annoncer le prix prévu.

Les 2 tentatives de l'acheteur

« Voyons le prix, c'est tout ce qui m'intéresse » et « j'ai déréférencé vos concurrents sans même les écouter : ils proposaient 105 € »...

14 Contre la négociation par appartements

L'objectif de l'acheteur est bien de vous entraîner dans une négociation par appartements : c'est son avantage de faire baisser les conditions point par point. Résistez à la tentation de donner votre prix directement : annoncez d'abord l'ensemble des conditions. Précisez les spécificités de votre produit, ou l'étendue de vos services, en indiquant les avantages de votre solution pour l'acheteur. Puis présentez les délais de paiement, le mode de paiement, les remises sur volume éventuelles. Ce n'est qu'en dernier que vous présenterez le prix.

15 Contre les tentatives d'intimidation

L'acheteur fait planer une menace de déréférencement si votre prix initial lui semble trop éloigné de la réalité. Ne cédez pas à ce coup de bluff : annoncez le prix que vous avez longuement étudié. S'il s'étonne, indiquez-lui que vous vous êtes basé sur son cahier des charges, et que vous êtes prêt à l'affiner avec lui.

Si vous annoncez un prix plus bas que le prix prévu, vous avez toutes les chances de finir bien en-dessous de vos objectifs !