

Dossier

Négociation & Vente

Privilégier la négociation hors tarif



Auteur : Didier Reuter - ISBN 9791023710922

Free

BOOKINER 



Auteur : Didier Reuter

www.bookiner.com

Usage libre de droit (non marchand) avec mention «Bookiner.com»

NÉGOCIATION & VENTE

Privilégier la négociation hors tarif

- . Check-list professionnelle**
- . 12 grands postes**

Conditions d'usage libre de droits

Tout contenu gratuit ou payant peut être utilisé avec l'obligation d'indiquer la mention «Bookiner.com». L'acquéreur sur le site bénéficie d'un usage libre de droits à titre **PERSONNEL** (individuel, familial et privatif) dans un cadre exclusivement non marchand, non concurrentiel et non grand public. Il est autorisé à installer ce fichier sur tout équipement informatique et télécoms dont il est propriétaire ainsi que pratiquer éventuellement une duplication, un téléchargement, ou un envoi sous forme de fichier, à un maximum de 5 postes/utilisateurs internes. Ce droit ne s'applique pas à l'utilisateur qui reçoit gratuitement un contenu payant, lequel ne peut aucunement le diffuser autour de lui sans risquer de tomber sous le coup de la loi portant sur le copyright et/ou s'exposer aux conditions restrictives du droit d'auteur et de la protection intellectuelle.

CHECK-LIST PROFESSIONNELLE

Les pratiques utilisées dans la relation fournisseur-client (vente) sont quasiment les mêmes que celles utilisables dans la relation inverse client-fournisseur (achats). Les apports matériels et immatériels du fournisseur sont souvent nombreux en matière d'Offre et pas suffisamment mis en avant. Sachant que les besoins d'achats sont souvent animés à la source d'un fort besoin de sécurité, de savoir, mais aussi de demande de différenciation, le fournisseur doit d'abord exploiter l'ensemble des qualités et spécificités de son offre. Fort de ce constat, il est important de disposer dans chaque entreprise d'une liste professionnelle exhaustive des principaux items et postes de négociation (côté vendeur), ainsi que de demande d'informations ou critères de sélection (côté acheteur), en vue d'aborder sereinement la relation client-fournisseur. Tous ces postes représentent autant d'aides directes et indirectes durant la négociation afin de se positionner face à la concurrence et au marché.

Liste de critères à partir desquels doit se construire l'argumentation en matière commerciale en les adaptant à chaque type d'activité. Il s'agit de sélectionner puis de valoriser les «Plus» de l'offre dans le but finale de marquer sa différence mais aussi de réduire ou d'annuler toute forme de négociation tarifaire (réduction des prix) :

1. Conditions de paiement

- . Manière d'être réglé
- . Moyen de règlement
- . Méthode de règlement
- . Dispositif accompagnant le règlement
- . Nombre de jours de différé de paiement à partir du point 6
- . Conditions de paiement
- . Mode de calcul du nombre de jours différés

2. Postes Qualité & Technique

- . Attractivité, diversité des gammes de modèles, produits, services, accessoires
- . Multiplicité des versions et options (standard, modifié, sur-mesure, neuf, occasion...)
- . Capacité d'adaptation aux besoins du client, personnalisation
- . Respect des spécifications, conformité
- . Interchangeabilité des pièces, éléments
- . Qualité des composants, matériau, matière première
- . Intégration du design, ergonomie, packaging, merchandising
- . Maîtrise technique (zéro erreur, rebut, retouche, six sigma...)
- . Fiabilité de la production (à façon, petite série, chaîne, continu, sous-traitance, numérique...)
- . Bureau d'études, conception et développement «maison»
- . Process qualité, contrôle, analyses
- . Normalisation, certification, attestation, agrément, homologations
- . Notice, documentation technique, schémas, plans

3. Postes Environnement d'affaires (relatifs à la structure du prix)

- . Efficience des achats, approvisionnements
- . Maîtrise du prix de revient et des coûts internes
- . Prix de vente marché, Tarifs adaptés (grand public, revendeur...)
- . Offre globale, forfait, package, tout compris
- . Evolutions tarifaires (niveau des hausses, fréquence, indexation, révision...)
- . Politique offensive de prix (low-cost, yield management, analyse de la valeur...)
- . Accords professionnels, pratiques du secteur

4. Postes Environnement d'affaires (relatifs aux conditions de base)

- . Remises qualitatives (promotions, actions ciblées...)
- . Remises quantitatives (dégressivité selon le volume, bonus...)
- . Rapidité du délai de livraison
- . Frais de transport/livraison (franco, port payé, port dû...)

- . Conditions de transport (route, poste, avion, fer, départ usine, recommandé, FOB, CIF...)
- . Offre de services payants (assurance, services de tiers, prestations...)
- . Offre de services gratuits (envoi de catalogue, hot line, paiement différé...)
- . Emballage, conditionnement (gratuit, payant, consigné, renforcé...)
- . Conditions générales et particulières (réglementaires, rigides, négociées...)
- . Aides et appuis directs à la vente (marketing, PLV...)

5. Postes Prestations Avant-Vente (PAV)

- . Déplacement sur rendez-vous, renseignement téléphonique pertinent
- . Visite guidée de l'établissement, usine, site Internet, vidéoconférence...
- . Démonstration sur site (chez le client), envoi sur demande
- . Test, essai, simulation...
- . Devis chiffré, étude personnalisée, proposition détaillée
- . Echantillonnage, prototype, maquette
- . Prêt de matériel, équipement, location (payant, gratuit, remboursé...)
- . Envoi de documentation commerciale, technique, publicitaire, corporate...

6. Postes Services Après-Vente (SAV)

- . Assistance clientèle gratuite (conseils, idées, infos, service consommateur, médiation...)
- . Assistance technique (maintenance, dépannage, réparation, prêt, location...)
- . Stock sécurité, diversité de pièces de rechanges
- . Engagement sur délai d'intervention, mise en service
- . Engagement sur période d'assistance
- . Facilité de mise en place des garanties
- . Training, formation, briefing
- . Suivi clientèle, système interne d'information, club, privilèges
- . Mises à jour (gratuite, à tarif réduit)

7. Postes Sécurité d'affaires - Distribution

- . Multiplicité des canaux de distribution
- . Pluralité des sources d'approvisionnement
- . Clauses de transfert de propriété/risques
- . Contrôle des délais de livraison, temps de réponse
- . Assistance possible de filiales à l'international
- . Affiliation à un groupement, charte, éthique...
- . Accords sélectifs avec fournisseurs, partenaires

8. Postes Sécurité d'affaires - Politique produit

- . Force de proposition technique, innovation, offre de marché prometteur
- . Niveau d'agilité et de réactivité face aux évolutions du marché
- . Forte spécialisation sur le cœur de métier
- . Diversification des activités
- . Politique générale de marque (image, notoriété)
- . Références clientèles nationales, internationales
- . R&D, brevet, licence, exclusivité

9. Postes Sécurité d'affaires - Politique commerciale

- . Structure de l'entreprise (services, usine(s), agence(s), filiale(s), salariés...)
- . Précision des actions marketing (ciblage, créneau, fidélisation...)
- . Organisation commerciale (direction, réseau, force de vente, Internet...)
- . Assises juridique et financière, références bancaires
- . Degré réel de considération dans la profession, auprès des consommateurs, clients
- . Positionnement par rapport à la concurrence (suiveur, challenger, leadership...)
- . Chiffre d'affaires annuel, croissance, parts de marché, taux de pénétration
- . Suivi des commandes, respect des engagements

10. Postes Sécurité d'affaires - Hommes

- . Niveau d'expertise des interlocuteurs, du dirigeant
- . Organigramme fonctionnel, rôles des principaux intervenants
- . Disponibilité, ponctualité, ratios de performance, écoute de la clientèle
- . Climat social interne, qualité des conditions de travail
- . Programme de formation, embauche, licenciement

11. Postes Sécurité d'affaires - Stratégie

- . Actionnariat, solvabilité, maison-mère
- . Objectifs de cession, fusion, acquisition, rapprochement, bourse...
- . Développement externe, exportation

- . Transfert d'expérience, partenariat
- . Investissements, programme d'équipement
- . Actions publicitaires, promotionnelles, marketing, relation publique
- . Liens avec recherche, labos, organismes divers, lobby, réseaux

12. Postes Sécurité d'affaires - Garanties

- . Garanties légales
- . Garantie supplémentaire pièces et main-d'œuvre durant x années
- . Garanties SAV (délais, prix, maintenance, assistance, livraison...)
- . Garantie satisfait ou remboursé (ou échangé)
- . Garantie délai de livraison (ou remboursé)
- . Garantie remboursement de la différence (concerne le prix)
- . Garantie de prix (fixité ou prévisibilité du tarif sur ou dans n mois)
- . Garantie du cas le plus favorable (engagement à ne pas vendre à un prix plus bas dans un laps de temps précis et pour une clientèle donnée)
- . Garantie d'exclusivité (période, territoire, produit/service...)
- . Garantie technologique majeure (silence, anticorrosion, compatibilité...)
- . Garantie service prioritaire (conseils, informations, nouveautés...)
- . Garantie déontologique (respect d'une charte, obligations, procédures...)
- . Garantie de résultat ou de bonne fin (avec objectif prédéfini de gain, d'appui, de réussite...)
- . Garantie financière (prêt, emprunt, taux minimum, caution...)
- . Garantie "rush order" (livraison expresse sous 4H, 24H., 48H.)
- . Garantie de confidentialité (ne pas informer les tiers, clients, fournisseurs)
- . Garantie du mieux disant social ou tarifaire (s'aligner sur un seuil plancher légal fixé d'avance à condition que la concurrence l'oblige)
- . Garantie risques et dommages (protections de biens et/ou de personnes)
- . Garantie de rachat (double contrat en matière de réciprocité commerciale)
- . Garantie d'authenticité (certifié, original, nouveau, inédit...)
- . Garantie Win-Win (transparence honnête du rapport Prix / Niveau d'offre)