Séminaire de négociation internationale

Négociation : plusieurs partis qui se mettent d'accord sur les termes d'un échange (cad : plusieurs partis qui essaient d'entuber les autres)

Négociation interna : négociation en tenant compte des différentes cultures, monaies, langues, connaissances

Vente : échange entre 2 partis souvent aux termes de la négoce

Synallagmatique = il y a un accord entre les 2 partis (termes juridique)

Vendre c'est faire acheter

Les moins :

Freins & objections

Les plus :

Besoin & argumentation & motivation

Le besoin

En vente : c'est un manque (passage de satisfait à pas satisfait). NE PAS CONFONDRE avec la demande

Etapes de la vente

- Prise de contact : « on n'a pas 2 fois l'occasion de faire une bonne impression » (Roosevelt ?)

  La règle du 4x20 :

  - Les 20 premières secondes : jean, basket, pas rasé…
  - Les 20 premiers mots : bonjour, appeler par le nom, se présenter, fonction, carte de visite…
  - Les 20 premiers gestes : poignée de main, synchronisation (on imite la personne en face afin de la mettre en confiance)
  - Les 20 cm du visage : les yeux (japon on ne regarde pas les yeux)

Attirer l'attention et susciter l'intérêt : dont la notion de cadeau (valeur symbolique)

Lui montrer que l'on s'est intéressé…

- Evoquer son gain, ce qu'il a à y gagner.
- Les besoins de la personne !
- Argumentation
- Négociation
- Conclusion

Motivation c'est le désir…

SONCAS : Securité, Orgueille, Nouveauté, Commodité, Argent, Sympathie (bô)

Argument

Il faut conniatre son produit :

Argumentaire -> arguments

2méthodes :

Caractéristiques - C	Avantages - A	Bénéfices - B
Technique	S O N C A S	
commerciale		

On sort les arguments à l'envers : BAC

Avec des mots de liaisons : B avec « Vous »

Avantage « grace à » bénéfices

Les freins

Freins subjectifs : les croyances

Freins objectifs : contraire de motivation

Objections

Les « oui mais »

1) Je vous ai compris
2) Définir plus précisément

3) Reformulation
4) Répondre à l’objection

Traiter les objections de prix :

- L’addition : on additionne les avantages (énumérations)
- Soustraction : on enlève des prestations…
- Division : en fonction du temps d’utilisation
- Multiplication : multiplier avec l’utilisation (économiser à la longue)

Utiliser « justement » pour retourner l’argument… (attention à l’insolence)

La négociation !

Harvard définition : la négociation est l'opportunité pour un individu ou une partie d'améliorer son sort ou sa situation ou de protéger ses intérêts en interagissant avec un autre individu ou une autre partie

La négociation c'est entre rien faire et la guerre…

Négociation quand :

- Les protagonistes doivent avoir un intérêt commun
- Les protagonistes doivent avoir de la marge de manœuvre
- Rapport de force équitable (plus il est équilibré plus il y a négociation)
- Le rapport de force.

On voit une réalité que l'on perçoit différemment et de laquelle on tire NOS opinions…

Faire des cadeaux si nécessaire (afrique, arabie saoudite)

Book : Geert HOFSTEDE : Les differences culturelles dans le management : comment chaque pays gere-t-il ses hommes ?

book : « petit traité sur la manipulation pour les honnetes gens » de ?

« comment se faire des amis » de ?

Négociation raisonné afin de gagner sur la relation et gains

Fisher & ury, élargir le gateau (passer des demandes aux besoins)

Dur sur le fond, doux avec les hommes…

OCEAN

Objets : hiérarchisés les éléments négociés/négociables

Contexte : …

Asymétrie de pouvoir : rapport de force