

Renforcer sa stratégie commerciale face aux acheteurs de la grande distribution

Prérequis

Gérer ou préparer activement des négociations avec des acheteurs GMS, et viser un meilleur rapport de force

Public visé

Dirigeants et commerciaux PME, en lien direct avec les acheteurs des enseignes GMS ou centrales d'achat nationales.

MODULE 1 – Préparer ses négociations comme un stratège

Objectifs pédagogiques

- Structurer la préparation d'une négociation complexe
- Identifier ses marges de manœuvre et scénarios d'issue
- Formuler ses objectifs, concessions et points de rupture
- Evaluer les rapports de force avec méthode et lucidité

Programme

- Appliquer la méthode des 3 cercles de Harvard
- Cartographier les enjeux avec l'outil ZOPA/BATNA
- Utiliser la matrice d'influence de Rackham pour analyser la partie adverse
- Clarifier ses zones de flexibilité vs lignes rouges
- Préparer son pitch d'ouverture selon le contexte
- Visualiser le déroulé avec un scénario d'anticipation
- Identifier les angles morts de préparation classique
- Adapter le plan de négo à chaque typologie client

Mise en situation

- Atelier d'analyse d'une négociation ratée : refaire la préparation à froid
- Plan stratégique collectif sur un cas GMS fictif
- Simulation flash d'ouverture avec debrief postural en binôme

Renforcer sa stratégie commerciale face aux acheteurs de la grande distribution

MODULE 2 – Construire une proposition qui résiste à la pression prix

Objectifs pédagogiques

- Clarifier la valeur réelle de son offre pour le client
- Structurer une proposition claire, différenciante et ciblée
- Mettre en avant des arguments non financiers
- Préparer ses réponses aux demandes de baisse de prix

Programme

- Travailler le triangle valeur / coût / impact client
- Utiliser les bénéfices mesurables (modèle FAB) pour convaincre
- Identifier les éléments de différenciation cachée
- Construire une argumentation sans justification défensive
- Formuler un discours orienté ROI pour le client
- Appliquer la stratégie « Give & Get » d'Heiman/Miller
- Adapter son offre avec effet de gamme ou d'ancrage
- Construire une objection préventive sur le prix

Mise en situation

- Exercice de requalification d'une proposition tarifaire
- Atelier collectif e reconstruction de valeur ajoutée
- Simulation face à un acheteur focalisé uniquement sur le prix

Renforcer sa stratégie commerciale face aux acheteurs de la grande distribution

MODULE 3 – Argumenter avec impact dans un environnement concurrentiel

Objectifs pédagogiques

- Identifier les attentes profondes de l'acheteur au-delà du prix
- Formuler des arguments différenciants et mémorables
- Adapter son discours à la personnalité de l'acheteur
- Gagner en conviction sans surargumenter ni subir

Programme

- Utiliser la méthode SPIN pour identifier le vrai besoin
- Travailler l'effet de contraste pour valoriser sa solution
- Structurer ses arguments avec la logique CAB ou FAB
- Raconter un cas client pertinent pour appuyer l'argument
- Jouer avec le framing pour renforcer l'adhésion
- Maîtriser l'écoute active et la reformulation haute valeur
- Identifier les signaux d'engagement client
- Réguler son débit et son énergie selon le profil DISC

Mise en situation

- Pitch d'argumentaire sur un cas réel de l'entreprise
- Exercice d'écoute miroir pour capter les besoins cachés
- Débrief croisé d'un argumentaire trop technique ou trop flou

Analyse DISC : révélez vos forces et transformez votre communication

Les avantages pour l'apprenant	Les bénéfices pour l'entreprise
✓ Connaissance approfondie de soi	✓ Equipes harmonieuses
✓ Amélioration de la communication	✓ Productivité accrue
✓ Meilleure assertivité et leadership renforcé	✓ Outils concrets pour chaque manager
✓ Gestion optimisée du stress et des conflits	✓ Meilleure coopération et réduction du turnover

Donnez à vos équipes les clés pour exceller dans un environnement en constante évolution et conduire votre entreprise vers de nouveaux sommets de succès

Renforcer sa stratégie commerciale face aux acheteurs de la grande distribution

MODULE 4 – Conclure sans céder sur l'essentiel

Objectifs pédagogiques

- Identifier le bon moment pour conclure la négociation
- Gérer les dernières demandes sans céder sur l'essentiel
- Formuler une proposition de clôture engageante
- Sécuriser l'accord en évitant les retours en arrière

Programme

- Identifier les signaux d'achat ou de doute
- Appliquer les techniques de clôture implicite ou assumée
- Consolider l'accord avec un résumé de valeur
- Utiliser le principe de réciprocité pour créer l'engagement
- Gérer les ultimes demandes avec la technique du compromis ferme
- Ancrer l'accord dans une logique de relation durable
- Finaliser avec un plan d'action partagé
- Débrief collectivement les erreurs de closing

Mise en situation

- Atelier de négociation « jusqu'à la signature » en conditions réelles
- Exercice de reformulation finale engageante
- Débrief collectif sur les tentatives de déséquilibre de dernière minute

Renforcer sa stratégie commerciale face aux acheteurs de la grande distribution

Méthodes et supports pédagogiques

- Pédagogie active et participative
- Echanges d'expériences et discussions
- Exposés, diaporamas, exercices pratiques
- Recueil des besoins
- Évaluation des acquis avant et après la formation
- Évaluation sur le déroulement de la formation réalisée par les stagiaires
- Remise de documentation et supports de formation
- Feuille d'émargement
- Attestation de formation

L'intervenante

Nathalie BRETON – Consultante en management d'équipe et développement de la performance commerciale

Durée, date et lieu

Durée	Dates	Lieu
2 jours de 7h soit 14h 9h à 17h	24 novembre + 1 ^{er} décembre 2025	Cité de l'Agriculture - Orléans

- La confirmation d'inscription vous sera adressée par mail.
- Si la formation devait être annulée faute de participants vous seriez également prévenu par mail 15 jours avant le début de la formation.

Coût de la formation

Tarif adhérent AREA	1 500,00€ HT (soit 1 800,00€ TTC) / personne + 80 € HT / personne (passage du DISC)
Tarif non adhérent AREA	1 900,00€ HT (soit 2 280,00€ TTC) / personne + 80 € HT / personne (passage du DISC)

Le +

- Un groupe de 10 participants maximum, tous professionnels de l'agroalimentaire afin de partager des expériences et des préoccupations concrètes.
- Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Afin de répondre aux différentes contraintes merci de nous contacter.

