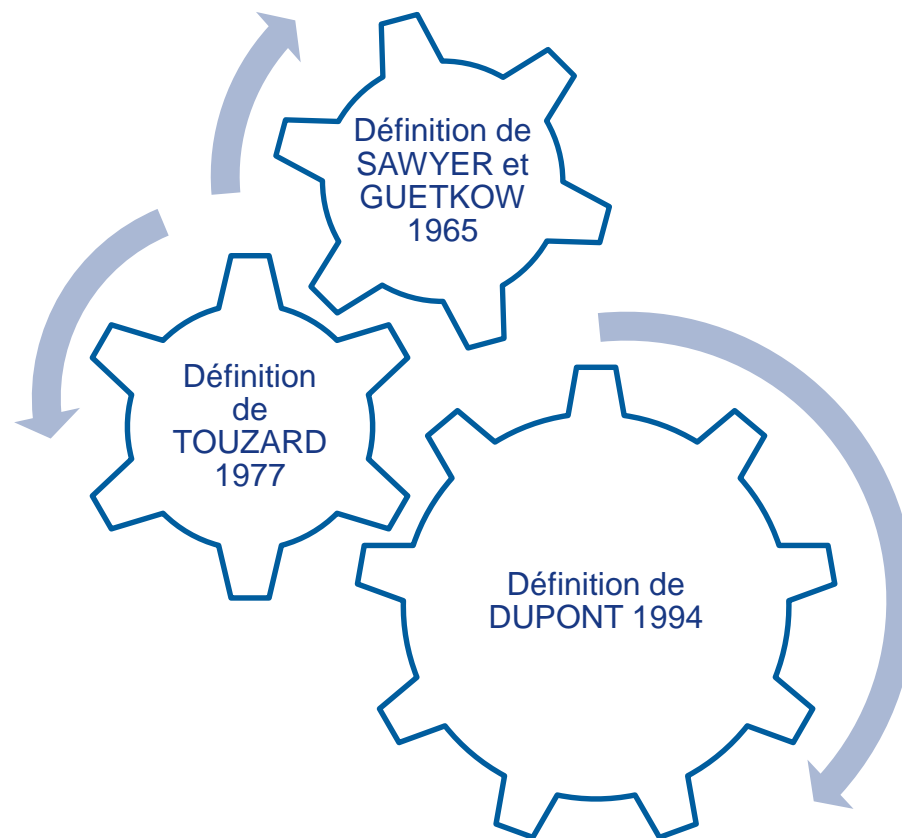


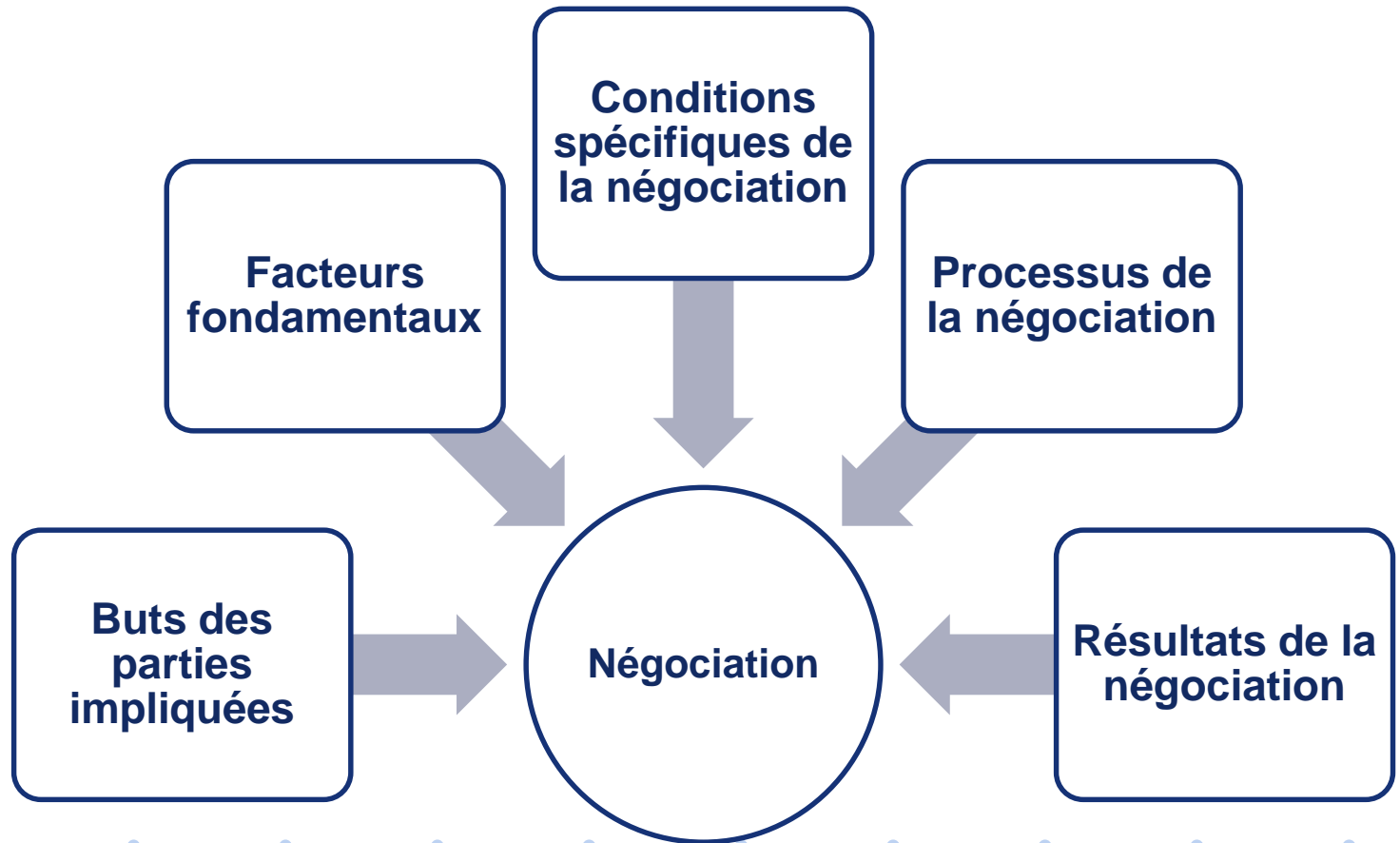
Négociation Commerciale Internationale

Introduction du cours

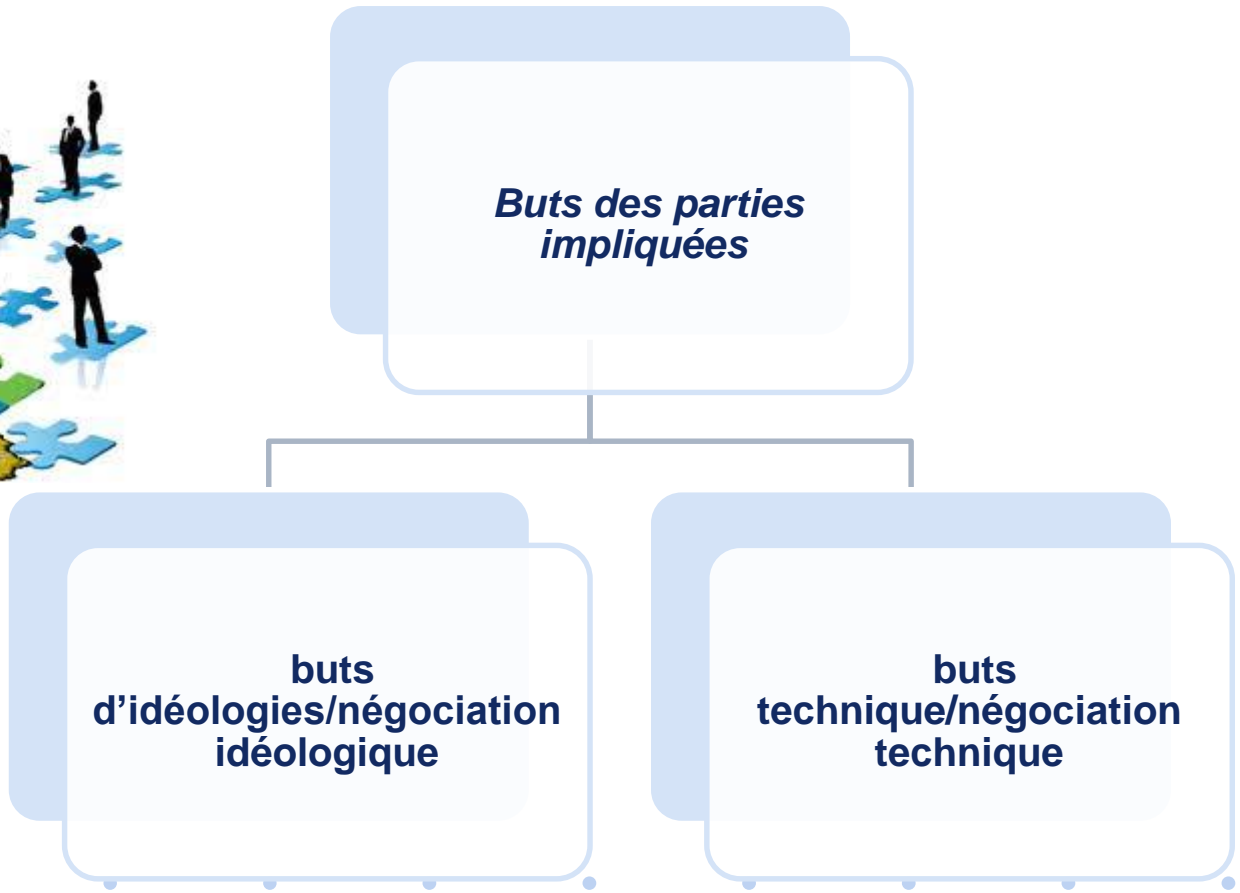
Qu'est ce que la négociation?



Synthèse de la définition de SAWYER et GUETKOW



Définition de la négociation selon SAWYER et GUETZKOW



Définition de la négociation selon SAWYER et GUETZKOW

Facteurs fondamentaux relationnels (historiques, culturels) entre parties

relations
internes aux
parties

attitudes et
relations entre
parties

différences
culturelles
entre les parties

caractéristiques
du négociateur



Définition de la négociation selon SAWYER et GUETZKOW

Conditions spécifiques de la négociation

contexte social de la négociation (négociation publique ou secrète, formelle ou informelle)

nombre de participants par délégation

nombre des parties impliquées (bilatérale ou multilatérale)

processus d'information des parties

états psychologiques des négociateurs

pression temporelle.

Définition de la négociation selon SAWYER et GUETZKOW

Processus de la négociation

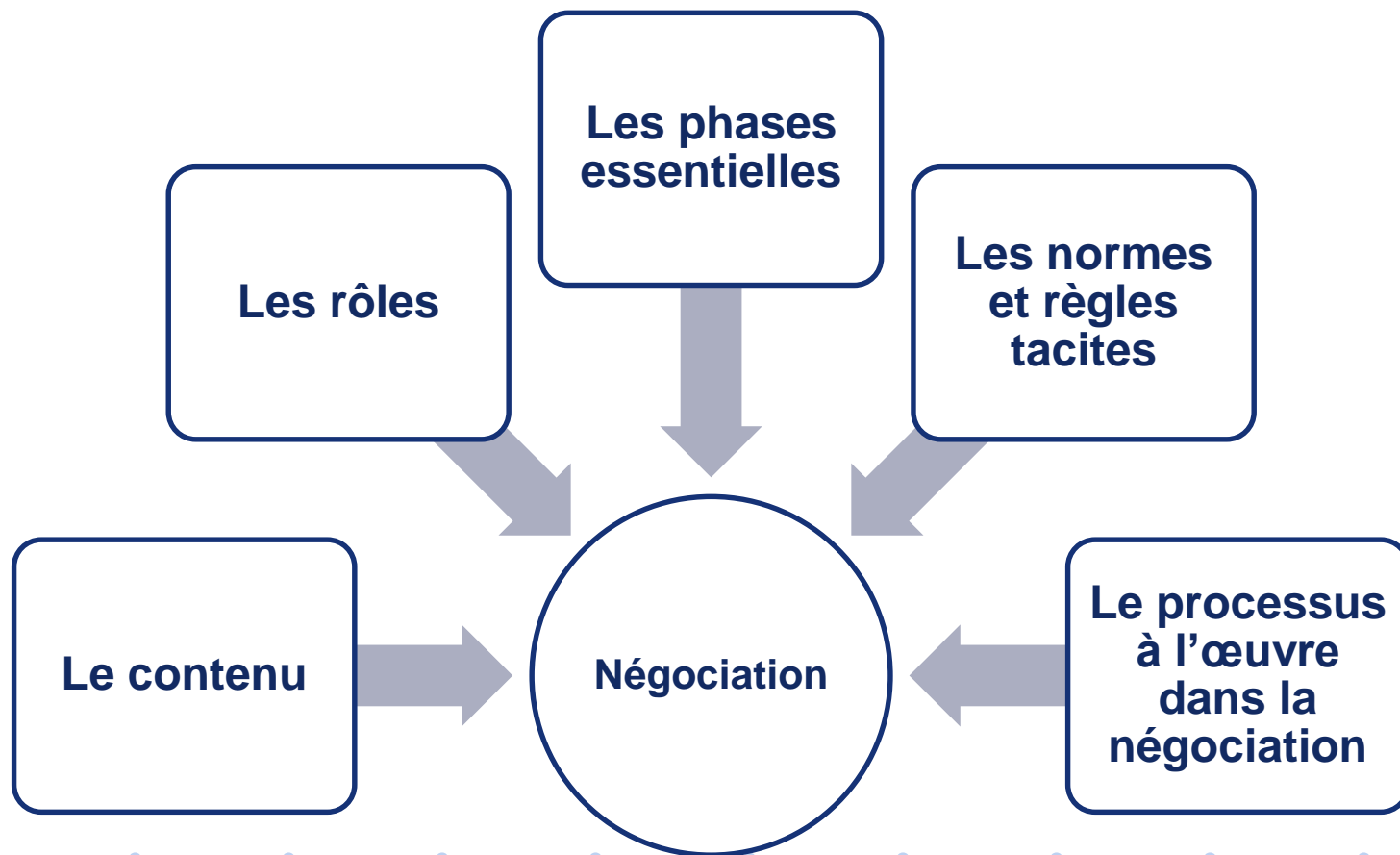
- déroulement de la négociation

Résultats de la négociation :

- clarté des résultats et la continuité de la négociation.



Synthèse de la définition de TOUZARD



Définition de la négociation selon TOUZARD

Le contenu

- l'objectif de la négociation pour deux ou plusieurs parties en conflit est de parvenir à un accord par le biais d'entretiens et d'échanges entre leurs représentants.



Les rôles

Définition de la négociation selon TOUZARD

- a) les acteurs en tant que représentants de leur organisation ;
- b) les experts en tant que conseillers des négociateurs;
- c) le président en tant qu'arbitre



Définition de la négociation selon TOUZARD

a) l'inventaire des positions initiales de chacun

Les phases essentielles

c) le dénouement des points de non-retour et des accords conclus

b) la reconnaissance des possibilités de négociation



Définition de la négociation selon TOUZARD

Les normes et règles tacites de la négociation

a) être ouvert à la négociation

b) honorer les accords et clauses successives et indépendantes

c) faire preuve de flexibilité

d) la réciprocité des concessions

e) éviter l'hostilité et l'agressivité personnelles



Définition de la négociation selon TOUZARD

Les processus à l'œuvre dans la négociation

a) les processus de coercition : le bluff, la surenchère

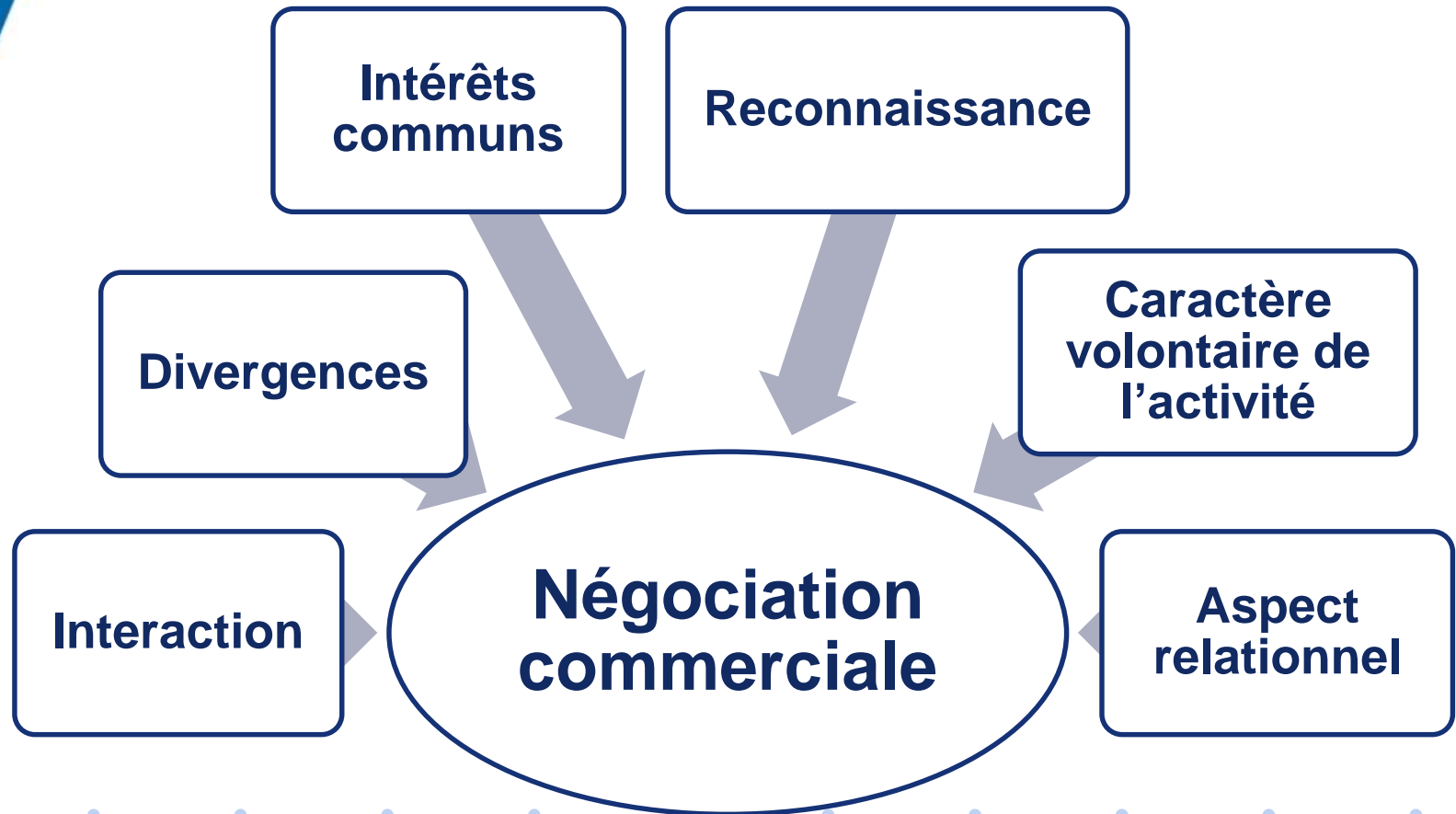
b) les processus de dissimulation: l'information technique, points à céder et d'autres à maintenir

c) les processus de persuasion : intérêt de céder à ses exigences

d) les processus d'accommodation : reporter à plus tard le marchandage, le jeu des propositions et contre-propositions et des questions épineuses



Synthèse de la définition de DUPONT



Définition de la négociation selon DUPONT

1) Interaction entre les négociateurs :

forme d'un face à face



2) Divergences :

interprétations ou perceptions différentes, intérêts opposés, conflits déclarés



3) Intérêts communs :

recherche d'une solution fondée sur l'interdépendance,

Définition de la négociation selon DUPONT

4) Reconnaissance:

solution recherchée (accord) soit mutuellement acceptable



5) Caractère volontaire de l'activité :

Libre entrée et sortie de la négociation




6) Aspect relationnel:

Relation de fidélité et de loyauté

Alors en une phrase ...la négociation est?

La négociation est un *jeu de pouvoir* qui a pour but de faire aboutir les parties adverses à un objectif commun



	Négociateur acheteur	Négociateur vendeur
Poids	60%	40%
Choix	60%	40%
Information	50%	50%
Influence	10%	90%
Temps	25%	75%
Sanction	90%	10%

Programme du cours

- œ Découverte des qualités d'un bon négociateur
- œ Méthodes d'analyse du comportement du client
- œ Processus de négociation
- œ Maitrise de la négociation interculturelle
- œ Management des conflits culturels



Découverte des qualités d'un bon négociateur

- ❧ Présentation des types de négociation
- ❧ Ecoute active
- ❧ Communication verbale et non verbale
- ❧ Tactiques de questionnement
- ❧ Comportement adapté face aux négociations pluri-interlocuteurs
- ❧ Traitement des objectifs
- ❧ Préparation en amont et en aval d'une négociation



Méthodes d'analyse du comportement du client

- ☞ AIDA
- ☞ DIPADA
- ☞ Méthodes des objectifs
- ☞ Techniques de psychologie appliquée
- ☞ SONCAS
- ☞ SABONE
- ☞ PICASSO
- ☞ BESOIN
- ☞ VAKOG
- ☞ Langage des couleurs
- ☞ Process communication de Kahler
- ☞ Communication persuasive de Sheperd

Processus de négociation

- ☞ **Mise en situation**
- ☞ **Découverte**
- ☞ **Diagnostic**
- ☞ **Proposition**
- ☞ **Argumentation**
- ☞ **Valorisation**
- ☞ **Conclusion**
- ☞ **Prise de congé**



Maitrise de la négociation interculturelle

- ☞ Les 5 Dimensions culturelles de Hofstede
- ☞ Les 7 dimensions culturelles de Trompenaars
- ☞ Les 10 dimensions culturelles de Gardenswartz et Rowe
- ☞ Les 10 indicateurs du Cultural Orientation Indicator COI



Management des conflits culturels

- ☞ Type de traitement des conflits de Hodgson
- ☞ Processus de résolution des conflits



Objectifs du cours

- Apprendre les bases de la négociation commerciale internationale
- Maitriser l'ensemble des outils permettant de réussir un processus de négociation
- Comprendre les différences culturelles entre deux ou plusieurs négociateurs de cultures différentes
- Maitre en pratique les idées vues en cours



Évaluation du module

Critère d'évaluation	Cours	TD
Examen semestriel	20	-
Evaluation continue*	-	05
Travaux de groupe	-	06
Travaux individuels	-	06
Discipline**	-	01
Présence	-	02
TOTAL	20/20	20/20

*** : participation, enrichissement du cours, réponse aux questions, intégration de questions pertinentes**

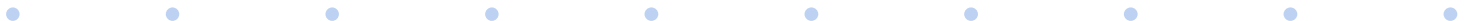
**** : Respect de soi même et des autres**



Découverte des qualités d'un bon négociateur

Programme du cours

- ❧ **Découverte des qualités d'un bon négociateur**
- ❧ Méthodes d'analyse du comportement du client
- ❧ Processus de négociation
- ❧ Maitrise de la négociation interculturelle
- ❧ Management des conflits culturels

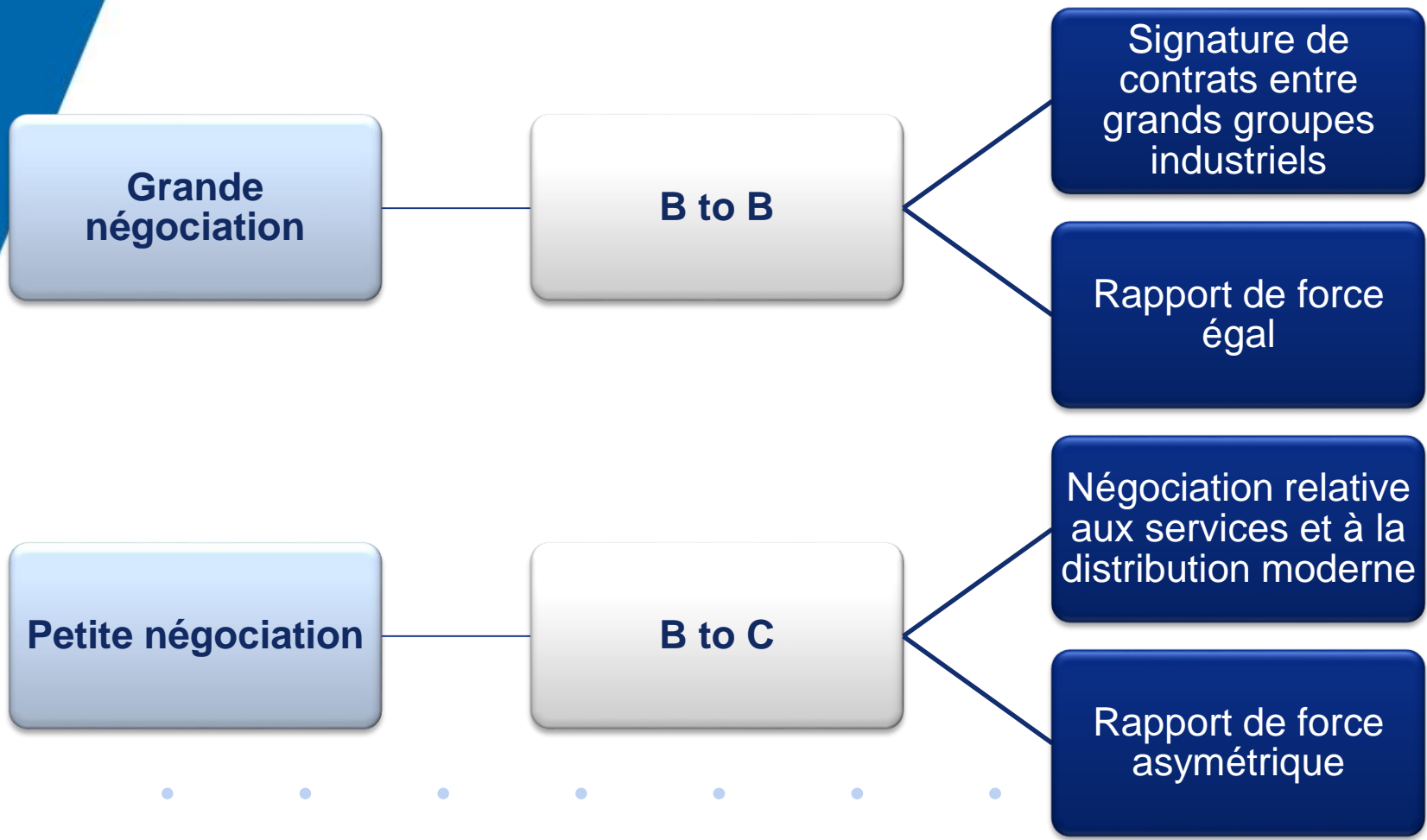


Découverte des qualités d'un bon négociateur

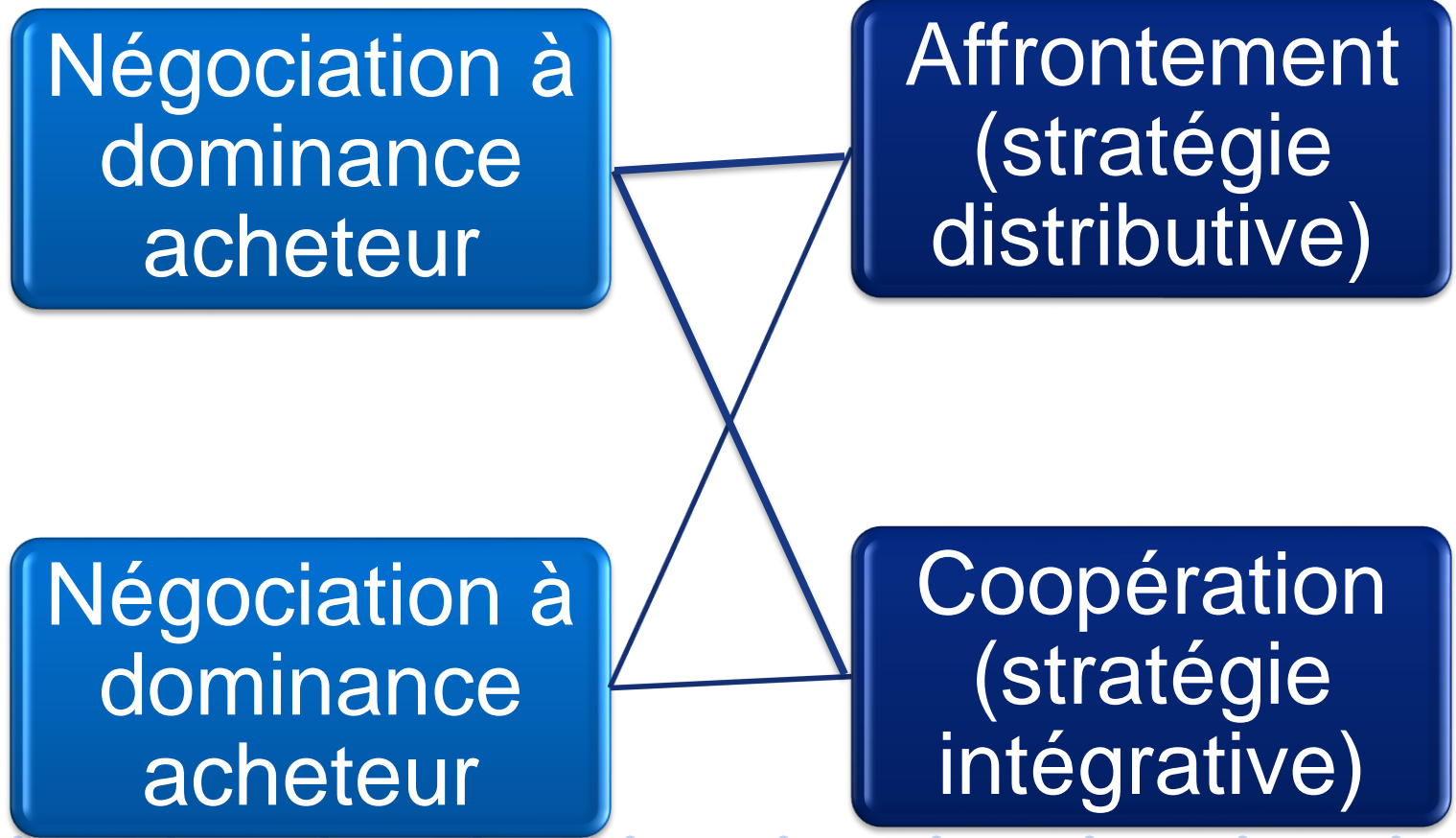
- ☞ **Présentation des types de négociation**
- ☞ Ecoute active
- ☞ Communication verbale et non verbale
- ☞ Tactiques de questionnement
- ☞ Comportement adapté face aux négociations pluri-interlocuteurs
- ☞ Traitement des objectifs
- ☞ Préparation en amont et en aval d'une négociation



Typologie de la négociation commerciale

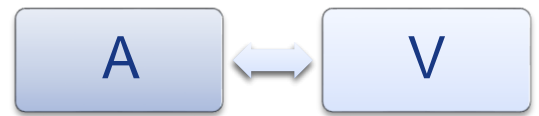


2 situations de prédominance

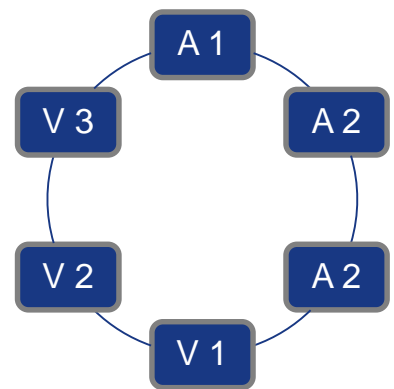


Acteurs dans la négociation

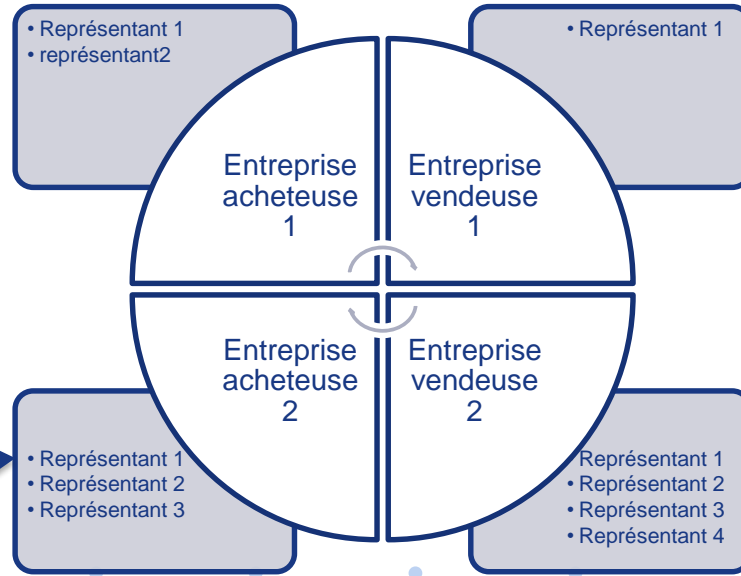
Négociation bilatérale



Négociation multilatérale



Négociation plurilatérale



Moyens de négociations

- Face à face
- Par téléphone
- Via visioconférences
- Par mail
- Par intermédiaires
- Par lettres échangées

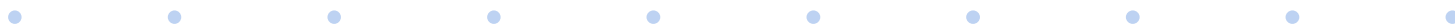


Les 03 formes de négociation

Forme	Attitude
Négociation perdant-gagnant	<ul style="list-style-type: none"> - Les participants sont des amis. - L'objectif est de parvenir à un accord. - Faire des concessions pour cultiver ses relations. - Faire confiance aux autres.
Négociation perdant-perdant	<ul style="list-style-type: none"> - Les participants sont des ennemis de camps différents. - L'objectif est de gagner. - Faire des menaces. - Tromper sur ses exigences minimales.
Négociation gagnant-gagnant	<ul style="list-style-type: none"> - Les participants sont là pour résoudre un différend ou une adéquation à un besoin. - L'objectif est de conclure à l'amiable un accord judicieux et efficace. - Etre doux à l'égard des hommes et dur à l'égard du différend. - La confiance n'entre pas en ligne de compte.

Découverte des qualités d'un bon négociateur

- ☞ Présentation des types de négociation
- ☞ **Ecoute active**
- ☞ Communication verbale et non verbale
- ☞ Tactiques de questionnement
- ☞ Comportement adapté face aux négociations pluri-interlocuteurs
- ☞ Traitement des objectifs
- ☞ Préparation en amont et en aval d'une négociation



Qu'est ce que l'écoute active?

SAVOIR ÉCOUTER



SAVOIR ACTIVER

**SAVOIR REFORMULER
CE QUI VOUS EST DIT**



Qu'est ce que l'écoute active?

SAVOIR ÉCOUTER

isoler les sentiments de l'interlocuteur des siens en l'écoutant

ne pas penser à interpréter et juger les dires

avancer progressivement

**observer ce qui est exprimé involontairement
(verbal, non verbal)**



Qu'est ce l'écoute active?

SAVOIR ACTIVER



Se taire lorsque votre interlocuteur parle

poser des **QUESTIONS** appropriées

questions ouvertes pour s'exprimer plus librement

- questions fermées pour rechercher des informations précises
- questions de relance pour faire approfondir ce qui vient d'être dit
- Éviter les questions négatives

Qu'est ce que l'écoute active?

**SAVOIR
REFORMULER CE
QUI VOUS EST DIT**

il se sentira compris et encouragé à s'exprimer.

La reformulation-**écho** s'appuie sur un mot fort

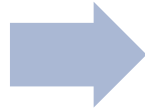
La reformulation-**résumé** lui renvoie une image synthétique de son discours désordonné

La reformulation-**élucidation** renvoie à votre interlocuteur une vue différente de son problème

L'écoute active permet de dissocier entre l'incontestable, le contestable et l'indiscutable

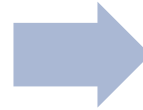
Faits

- C'est le directeur commerciale de Cevital



Opinions

- Il pourrait être un bon directeur commercial



Ressentis

- Cette personne m'enthousiasme or que l'autre négociateur m'énerve

Découverte des qualités d'un bon négociateur

- ☞ Présentation des types de négociation
- ☞ Ecoute active
- ☞ **Communication verbale et non verbale**
- ☞ Tactiques de questionnement
- ☞ Comportement adapté face aux négociations pluri-interlocuteurs
- ☞ Traitement des objectifs
- ☞ Préparation en amont et en aval d'une négociation



La communication verbale

Atout	méthode	À éviter
La voix	– travailler l'intonation (relief)	- Le ton monocorde
	– utiliser les atouts (silence, sourire, respiration)	- Le rythme trop rapide
	– avoir un rythme adapté et un volume juste	- Volume excessif
Le fond	– utiliser le présent (action)	– Usage de l'imparfait
	– utiliser le futur (implication)	– Usage du conditionnel
	– privilégier les verbes d'action	– Usage abusif du « moi »
	– avoir recours au vocabulaire positif	– Utilisation du « on »
	– utiliser le nous (collectif) et le je (implication)	– Les mots parasites
	– utiliser la terminologie adaptée à la typologie de l'interlocuteur	– Usage de mots affaiblis (peut-être, petit...)

Exemple

À éviter	À dire
Vous vous trompez	Je respecte votre point de vue
Il y a un problème, échec, retard, obstacle, coût, difficulté	Il y a une autre solution, succès, bénéfice, gain, investissement
Vous ne pourriez pas	Je vous propose de
Ne quittez pas	Je vous demande un instant
Ne vous inquiétez pas	Comptez sur moi
Vous avez surement mal compris	Je me suis sans doute mal exprimé
On va vous rappeler	Je vous propose de vous rappeler le .. à ...



La communication non verbale

Respectez une bonne distance

- Zone intime (bras replié)
- Zone personnelle (bras tendu)
- Zone sociale (2 bras tendus)
- Zone publique (> 2 bras tendus)

Avoir une gestuelle adaptée

- Chaque geste en dit long sur vous

Postures synchronisées

- Se mettre en accord gestuellement d'une manière consciente ou inconsciente
- Attention au mimétisme

Exemple



J'ai très envie de comprendre

- Vous avez éveillé ma curiosité



Je ne suis pas forcément d'accord



J'ai envie de vous dire que



Je vous écoute attentivement



Je suis sans voix



Je suis avancé vers l'autre

Découverte des qualités d'un bon négociateur

- ☞ Présentation des types de négociation
- ☞ Ecoute active
- ☞ Communication verbale et non verbale
- ☞ **Tactiques de questionnement**
- ☞ Comportement adapté face aux négociations pluri-interlocuteurs
- ☞ Traitement des objectifs
- ☞ Préparation en amont et en aval d'une négociation



Types de questions

Les questions d'information

obtenir un savoir, des connaissances, des... informations.

Les questions d'approfondissement

comprendre, faire réfléchir, vérifier, contrôler.

Les questions d'orientation

influencer, guider, suggérer.



Exemple

Type de question	Exemples
Questions d'information	<ul style="list-style-type: none"> -Quel est votre avis sur... ? -Quels sont vos critères de choix ?
Questions d'approfondissement	<ul style="list-style-type: none"> -Pouvez-vous préciser... ? -vous-même, qu'en pensez vous? -Qu'avez-vous prévu ? -En fait, souhaitez-vous que nous nous chargions de la mise en service ? -Vous dites « intéressant »... en quoi selon vous ? -Donc, pour résumer ce que nous venons de voir ensemble...
Questions d'orientation	<ul style="list-style-type: none"> -Devrions-nous vendre à perte ? -Mais au fait, notre gamme de coloris vous plaît ? -Que pense-t-on dans votre profession de ce type de démarche ?

Découverte des qualités d'un bon négociateur

- ☞ Présentation des types de négociation
- ☞ Ecoute active
- ☞ Communication verbale et non verbale
- ☞ Tactiques de questionnement
- ☞ **Comportement adapté face aux négociations pluri-interlocuteurs**
- ☞ Traitement des objectifs
- ☞ Préparation en amont et en aval d'une négociation



Acteurs directs et indirects d'une négociation pluri-interlocuteurs

- ils définissent le besoin ;

prescripteurs

- ils sont souvent consultés ;

utilisateurs

- ils ont un pouvoir d'influence ;

conseillers

- ils sont les interlocuteurs privilégiés des fournisseurs ;

négociateurs

- ils rédigent le contrat ;

juristes

- ils analysent l'impact de l'achat ;

financiers :

- il exerce un rôle d'arbitrage ;

décideur

- on ne le rencontrera peut-être jamais ;

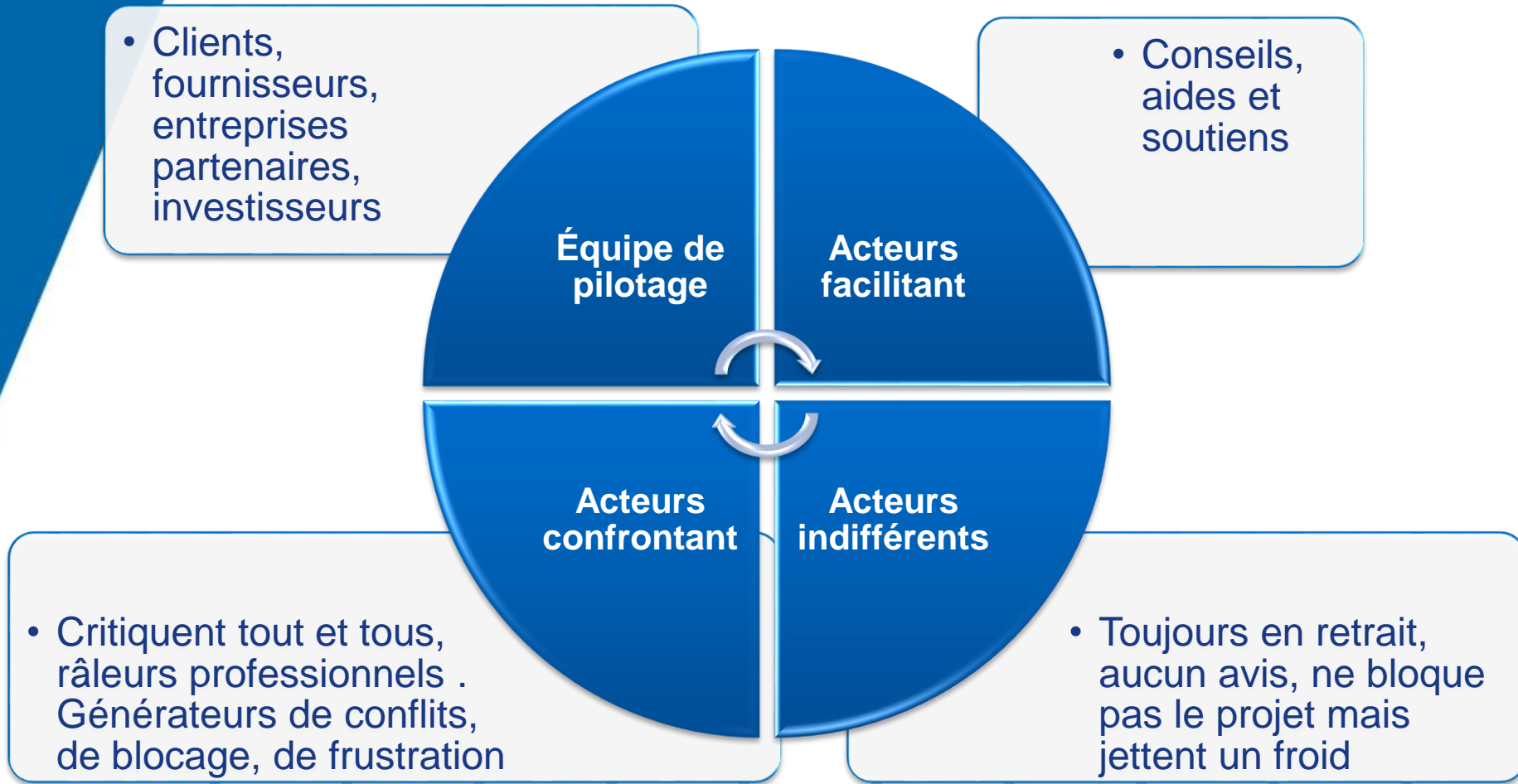
signataire

- les concurrents, les autres services du fournisseur, les clients de nos

influenceurs indirects

• • • • • • • • • •

Gérer les négociations grands comptes – chaque acteur avec son positionnement



Gérer les acteurs stratégiques d'une négociations pluri-interlocuteurs à dominance vendeurs

1. Identifiez tout de suite le leader, le technicien, votre allié.
2. Montrez-vous positif.
3. Observez celui qui vous répond tout en faisant très attention à celui qui prend des notes
4. Englobez l'assistance du regard, chacun d'entre eux doit voir le vôtre plusieurs fois au cours de l'entretien.
5. Ne laissez pas le ton monter, ni les acheteurs vous emmener sur le « champ de bataille »
6. Pas de riposte psychologique, respectez les différences culturelles

Gérer les acteurs stratégiques d'une négociations pluri-interlocuteurs à dominance acheteurs (position de force)

1. reconnaissez leurs compétences et le savoir-faire de leur entreprise
2. montrez-leur que le but est d'arriver à un win-win en vu de l'interdépendance de chacun vers l'autre
3. assurez-les un SAV et apportez les preuves nécessaires, (très important)
4. concluez en validant les points d'accord et le plan d'action.

Découverte des qualités d'un bon négociateur

- ☞ Présentation des types de négociation
- ☞ Ecoute active
- ☞ Communication verbale et non verbale
- ☞ Tactiques de questionnement
- ☞ Comportement adapté face aux négociations pluri-interlocuteurs
- ☞ **Traitement des objections**
- ☞ Préparation en amont et en aval d'une négociation



Qu'est ce qu'une objection?

une attitude de non
acceptation.

s'exprimer de
façon verbale ou
non verbale

prend différentes
formes présentant
des difficultés de
natures différentes.



Exemple



Étape	Exemples
Mise en situation	<ul style="list-style-type: none"> - Je n'ai que 05 minutes à vous accorder. - Cela fait 03 ans que je n'ai pas été visité, vous existez toujours ?
Identification	<ul style="list-style-type: none"> - Vous avez encore combien de questions ? - Ce n'est pas du tout ce que je vous ai dit !
Proposition	<ul style="list-style-type: none"> - Cela me paraît très compliqué !
Argumentation	<ul style="list-style-type: none"> - Cela reste à prouver ! - Ce n'est pas du tout ce que m'a dit votre client Jugurta !
Valorisation	<ul style="list-style-type: none"> -Vous dépassez mon budget !
Conclusion	<ul style="list-style-type: none"> - Avant de me décider, je veux d'abord recevoir vos concurrents... ! - Finalement, je ne suis pas convaincu !
Consolidation	<ul style="list-style-type: none"> - Je ne pense pas que vous allez respecter les délais ! - Si je comprends bien, maintenant que vous avez votre commande, je dois me débrouiller !

Degré de difficulté des objections

Surenchère

- baisser le prix

Doute

- Le rassurer

Esquive

- Ajuster son argumentation

Indifférence

- Découvrir ses motivations

NON!

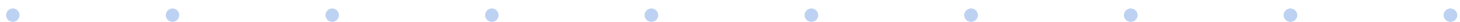
Refus

- Déficit de ciblage



Tactiques de réfutation

Tactique	Exemple
Complicité	« Comment selon vous pouvons-nous ensemble apporter une solution à ce point ? »
Relativisation	« Convenez que ce point reste minime au regard de tous les avantages que nous venons d'évoquer. »
Justification	« C'est le prix de votre sécurité... »
Transformation	« Ce n'est pas une dépense mais un investissement».
Isolement	« Excepté ce point, sommes-nous d'accord sur les autres conditions... »
Compensation	Pour tenir compte de votre observation, je vous propose une remise de 10%...
Approfondissement	Qu'est ce qui vous fait penser cela?



Découverte des qualités d'un bon négociateur

- ❧ Présentation des types de négociation
- ❧ Ecoute active
- ❧ Communication verbale et non verbale
- ❧ Tactiques de questionnement
- ❧ Comportement adapté face aux négociations pluri-interlocuteurs
- ❧ Traitement des objections
- ❧ Préparation en amont et en aval d'une négociation



processus complet et prolongé d'une négociation

En amont de la négociation
Sert à connaître le client pour réussir sa négociation

Processus de négociation
Sert à atteindre un objectif (ex: vente du produit)

En aval de la négociation
Sert à fidéliser le client



En amont de la négociation: se préparer et s'entraîner

Bénéfice d'efficacité

- ↘ perte de temps
- ↘ erreurs – oublis
- ↘ dispersion

Bénéfice d'image

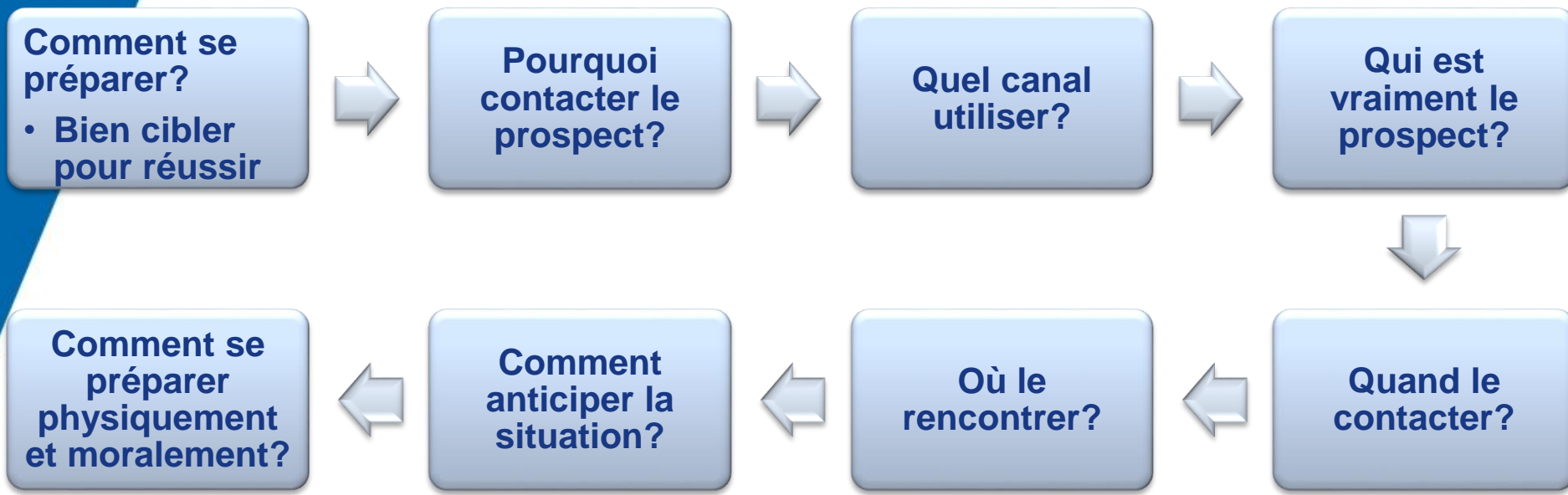
- ↗ image personnelle (professionnalisme)
- ↗ image de l'entreprise

Bénéfice de confort

- ↘ imprévus
- ↗ assurance
- ↗ anticipation



En amont de la négociation: se préparer et s'entraîner



Quel canal utilisé?

canaux	Avantages	Inconvénients
Appel	<ul style="list-style-type: none"> -Faible cout financier -Temps très réduit -Augmentation d'échanges et de contacts 	<ul style="list-style-type: none"> -Dérangement du client - Incompréhension -Manque d'attention accordé au négociateur
Visite	<ul style="list-style-type: none"> -Compréhension -Grand échange d'informations -Atout de la communication non-verbale 	<ul style="list-style-type: none"> -Coute très cher -Grande logistique -Perte de temps
Mail	<ul style="list-style-type: none"> -Pas de limite d'horaires pour contacter le prospect -Rapide et facile -Possibilité d'envoyer de la documentation 	<ul style="list-style-type: none"> -Peut être dirigé vers les spam -Saturation de la boite mail
Courrier	<ul style="list-style-type: none"> -Faible cout financier -Traçabilité et transparence des échanges 	<ul style="list-style-type: none"> -Risque de perte du courrier -Risque de dépassement de délais
Intermédiaire	<ul style="list-style-type: none"> -Persuasion et séduction -Gain en temps 	<ul style="list-style-type: none"> - Déformation de l'information (parasites)

Qui est le prospect?

<p>Connaitre son entreprise</p>	<p>Sa vocation Sa gamme de produits et services Son secteur d'activité Sa culture Son appartenance à un groupe Ses filiales éventuelles</p>
<p>Évaluer sa performance</p>	<p>Son organisation Ses chiffres-clés</p>
<p>Analyser ses circuits de décision</p>	<p>Organigramme Décideurs, prescripteurs, utilisateurs Recherche des influences</p>
<p>Prendre conscience de ses fournisseurs</p>	<p>Lesquels? Quel profil commun Historique, fidélité Niveau de satisfaction</p>

Quand le contacter et où le rencontrer?

Quand le contacter?

- Quel saison?
- Quel mois?
- Quelle semaine?
- Quel jour?
- Quelle heure?

Où le rencontrer?

- Se déplacer chez lui?
- Se déplacer au niveau de son entreprise?
- L'inviter pour une démonstration?
- L'inviter autours d'un café, déjeuner, diner?

Comment anticiper la situation?

Repérer ses forces et faiblesses



Préparer des questions pertinentes



Préparer les réponses à ses questions



Désamorcer les objections



Préparer son argumentation



Lui prouver les faits (documents, catalogues, visites, essaies, échantillons)



Repérer ce qui stimule le client à l'achat



Connaitre les offres de ses concurrents

Comment anticiper la situation?

Grille de préparation AIH

<p>Les atouts (+)</p> <ul style="list-style-type: none">• Mes arguments clés• On vend une qualité de chocolat exceptionnelle	<p>L'inconnu (?)</p> <ul style="list-style-type: none">• Ce que je dois découvrir• Est-ce que le prospect aime le chocolat?	<p>Les handicapes (-)</p> <ul style="list-style-type: none">• Les objections probables• Je n'aime pas le chocolat noir mais le chocolat au lait
--	---	---

L'aval de la négociation

Fidéliser un client, c'est bien le servir, et bien le servir, c'est tenir ses engagements et veiller au respect des siens.

Bonjour Madame Elissa, je vous avez accordé une remise de 2% pour chaque achat dépassant les 100 pièces, or je vois ici que vous n'avez commandé que 80. confirmez vous votre commande ou la changez vous afin de bénéficier de la remise dont je me suis engagé vis-à-vis de vous?

Programme du cours

- œ Découverte des qualités d'un bon négociateur
- œ **Méthodes d'analyse du comportement du client**
- œ Maitrise de la négociation interculturelle



Méthodes d'analyse du comportement du client




- ☞ **Techniques de psychologie appliquée**
- ☞ **SONCAS**
- ☞ **VAKOG**
- ☞ **Langage des couleurs**
- ☞ **Process communication de Kahler**
- ☞ **Révision du processus de négociation**

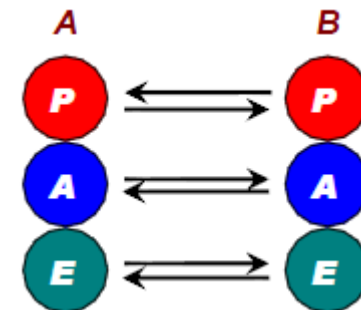


Types de personnalité selon la morphopsychologie

Lymphatique (passivité pure)	Digestif (accumulation)	Sanguin (vitalité pure)	Respiratoire (propagation)	Musculaire (harmonisation)	Bilieux (activité pure)	Cérébral (remise en question)	Nerveux (exaltation)
Diplomate, lent, freine, irrationnel, peu émotif	Matérialiste, peu d'initiatives, besoin de sécurité, déteste la frustration	Entreprenant, sociable, polyvalent, aime faire plaisir, envahissant	Rendement à CT, critique, besoin de changement, domine, ne s'attache pas	polyvalent, casse les obstacles, sociable mais prudent, rationnel	Manque de souplesse, pas de concession, orgueilleux, froid	Très critique, force les moyens de réalisation, peu sociable, peu réaliste	Aucune limite, instable, insatisfait, orgueil, peut faire illusion

Analyse transactionnelle

	Le Parent est la partie du "moi" qui s'est constitué dans l'enfance sous l'influence du modèle parental et de l'entourage.
	L' Adulte est le dernier état du "moi" qui se développe. C'est lui qui observe, comprend, agit décide, analyse...
	L' Enfant est le premier état du moi qui s'est constitué après la naissance il exprime sans réserve l'affectivité, les besoins, les sensations, les émotions de la personne.



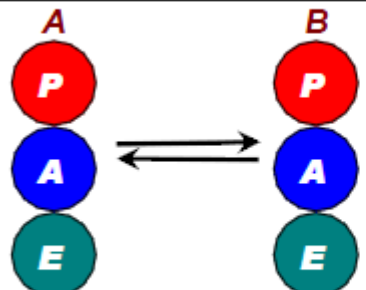
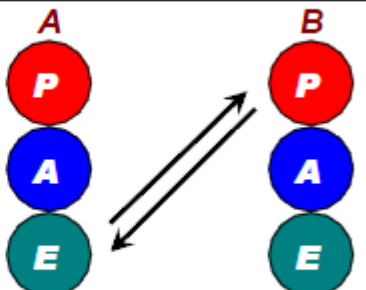
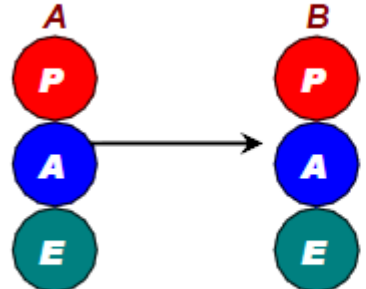
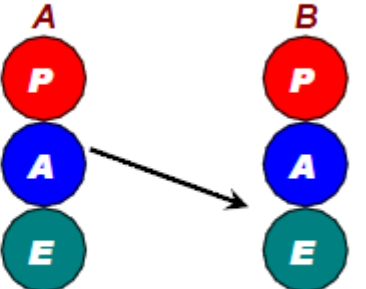
- œ Parent / Parent pour des échanges de valeurs, de conseils, de jugements...
- œ Adulte / Adulte pour les échanges d'information, de réflexion...
- œ Enfant / Enfant pour des échanges de plaisirs, de déplaisirs, de création, de rêves...

Caractéristiques du P, A et du E

	Parent Critique	Parent Nourricier	Adulte	Enfant Nature	Enfant Adapté
Mots	Mauvais (Je, tu) dois Il faut Nécessaire Toujours Ridicule	Bon Joli Je t'aime Gentil Magnifique Tendre	Exact Comment Quoi Pourquoi Combien Pratique	Extra Super Marrant Je veux Je ne veux pas Aïe	Je ne peux pas J'aimerais J'essaie J'espère S'il te plaît Merci
Voix	Critique Condescendant Dégoûté	Affectueux Rassurant Intéressé	Égal	Libre Bruyant Énergique	Plaintif Triste Innocent
Geste ou Expression	Montrer du Doigt Froncer les sourcils Furieux	Bras ouverts Accueillant Souriant	Pensif Agile Ouvert	Sans inhibition Relâché Spontané	Boudeur Triste Innocent
Attitude	Critique Moralisant Autoritaire	Compréhensif Soucieux d'autrui Généreux	Tenue droite Objectif	Curieux Aimant s'amuser Changeant	Exigeant Docile Honteux



Exemple

<i>En apparence</i>		<i>Au niveau psychologique</i>	
			
Je ne peux pas achever ce rapport urgent pour ce soir.	Eh bien, tu le finiras demain matin.	Plainte Enfant Adapté Soumis	Protection Parent Nourricier
<i>En apparence</i>		<i>Au niveau psychologique</i>	
			
C'est notre dernière proposition si vous attendez trop...	Ok je suis d'accord...	Attention !	Pas de problème...

Méthodes d'analyse du comportement du client

☞ Techniques de psychologie appliquée

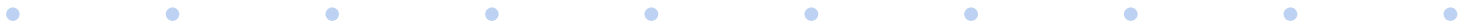
☞ **SONCAS**

☞ VAKOG

☞ Langage des couleurs

☞ Process communication de Kahler

☞ Révision du processus de négociation



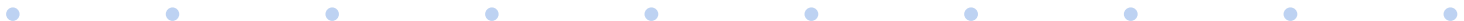
SONCAS

Type	Il est	ce qu'il aime	Ce qu'il déteste	Ce qui le séduit
Sécurité	Essaye, hésite, fidèle, décide en groupe	SAV, certifications, garantie, preuve	Changement, risque, nouveauté	Rassurer, prouver, démontrer
Orgueil	Fier, dominant, individualiste	Vous, unique, premier, prestige	Critiques, détails, banal, humiliation	Mettre en valeur
Nouveauté	Curieux, cherche originalité	Nouveau, à la pointe, innovant	Routine, standard, habitude	Étonner, surprendre
Confort	Calme, conservateur	Pratique, simple, fonctionnel	Complexité, complications	Posé, faciliter, assister
Argent	Matérialiste, compare, analyse	Économique, remise, prix, gratuit	Luxe, superflu, frais supplémentaire	Chiffrer, comparer
Sympathie	Bavard, convivial, aime faire plaisir	Ensemble, cadeau, visites, relations durables	Agressivité, déception, solitude, indifférence	Chaleureux, attentif, prendre son temps



Exemple

J'espère que vous avez une offre « clé en main »	Confort
Alors, quoi de neuf dans votre société ?	Nouveauté
Vous allez bien accepter un café	Sympathie
Je vous préviens, vous avez intérêt à vous battre car j'ai reçu des propositions financières attractives de vos concurrents	Argent
J'espère que vous avez des garanties et des références de ce que vous avancez	Sécurité
Moi, je tiens d'ores et déjà à vous dire que je traite directement avec votre Direction	Orgueil



Exemple

Parce que je le vaux bien (L'OREAL)	Orgueil
Vous n'aurez plus à choisir entre plaisir et sécurité (PEUGEOT)	Sympathie et sécurité
Philips, c'est plus sûr	Sécurité
Philips, faisons toujours mieux!	Orgueil et nouveauté

Qu'il soit solide	Sécurité
Qu'il soit exceptionnel	Orgueil
Qu'il soit moderne	Nouveauté
Qu'i soit pratique	Confort
Qu'il soit rentable	Argent
Qu'il soit beau	Sympathie

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

Méthodes d'analyse du comportement du client

☞ Techniques de psychologie appliquée

☞ SONCAS

☞ VAKOG

☞ Langage des couleurs

☞ Process communication de Kahler

☞ Révision du processus de négociation



Vocabulaire




Visuel	Auditif	Kinesthésique	Gustatif
Voir, regarder, visualiser, brillant, coloré, sombre, lumineux, montrer, horizon, photographie	Entendre, parler, dire, écouter, questionner, sonner, bruit, symphonie, crier, hurler, musique	Sentir, toucher, relaxé, concret, sensible, chaleur, solide, ferme, en contact avec, connecté	Gourmant, appétissant, manger, hmm, fade, fruité, salé, amer, bon



Comportement et attitude

Caractéristiques	Visuel	Auditif	Kinesthésique
Relationnel	Est souvent physionomiste	Reconnait les gens à la voix	Exprime ses sentiments
Sensibilité	Aux couleurs et aux formes	Aux sons et aux mots	Aux ambiances
Positions	Se tient droit, un peu raide tête et épaules relevées	Décontracté, prend la position « au téléphone » : tête penchées	Très décontracté, a le dos rond
Voix	Aiguë, rythme rapide et saccadé	Voix bien timbrée, rythme moyen	Voix grave, rythme lent avec de nombreuses pauses
Regard	Regarde son interlocuteur	Ne regarde pas son interlocuteur	Préfère la proximité au regard
Apprentissage	Regarde, visionne, démontre	Apprécie les instructions verbales	Expérimente, s'implique
Respiration	Superficiel et rapide	Assez ample	Profonde et ample
Etudes	Voit les mots écrit dans sa tête, des images ; dessine des schémas, soigne la mise en page, utilise des couleurs	Utilise un support sonore, lit à haute voix, accorde de l'importance au rythme et à l'accent, fredonne, récite	Bouge, marche en étudiant, dessine des plans et des schémas, écrit
Lecture	Aime les descriptions, visualise les scènes	Aime les dialogues, fredonne en lisant	Aime l'action, le mouvement, gigote en lisant
Réponse face à l'inactivité	Fixe, hoche la tête, trouve quelque chose à regarder	Se parle, parle à d'autres, marmonne	Gigote, trouve une façon de bouger, s'occupe
Communication	Est calme, ne parle pas, beaucoup, N'aime pas écouter	Aime écouter et parler	Joint le geste à la parole
Emotions	Fixe pour marquer sa colère, rayonne pour marquer sa joie, ses émotions se lisent sur son visage	Exprime ses émotions par la parole, le son l'intonation, crie de joie, comme de colère	Saute de joie, de colère ; manifeste ses émotions par des gestes, sa position ; aime toucher.

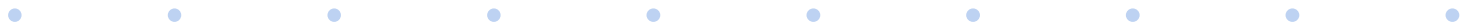
Mouvement des yeux

	Regard ver le haut => Visuel	
Visuel construit Construit des images		Visuel évoqué Se souvient d'images
	Regard vers la droite ou vers la gauche => Auditif	
Auditif construit Se parle à lui-même, imagine ou ment	 <p style="text-align: center;">Regard droit à l'infini : visuel construit ou souvenir</p>	Auditif évoqué Se souvient d'un fait passé vrai ou remémoré
	Regard vers le bas => Kinesthésique	
Kinesthésique Fait attention à ses sensations, émotions etc.		Dialogue intérieur Réfléchit par un dialogue intérieur

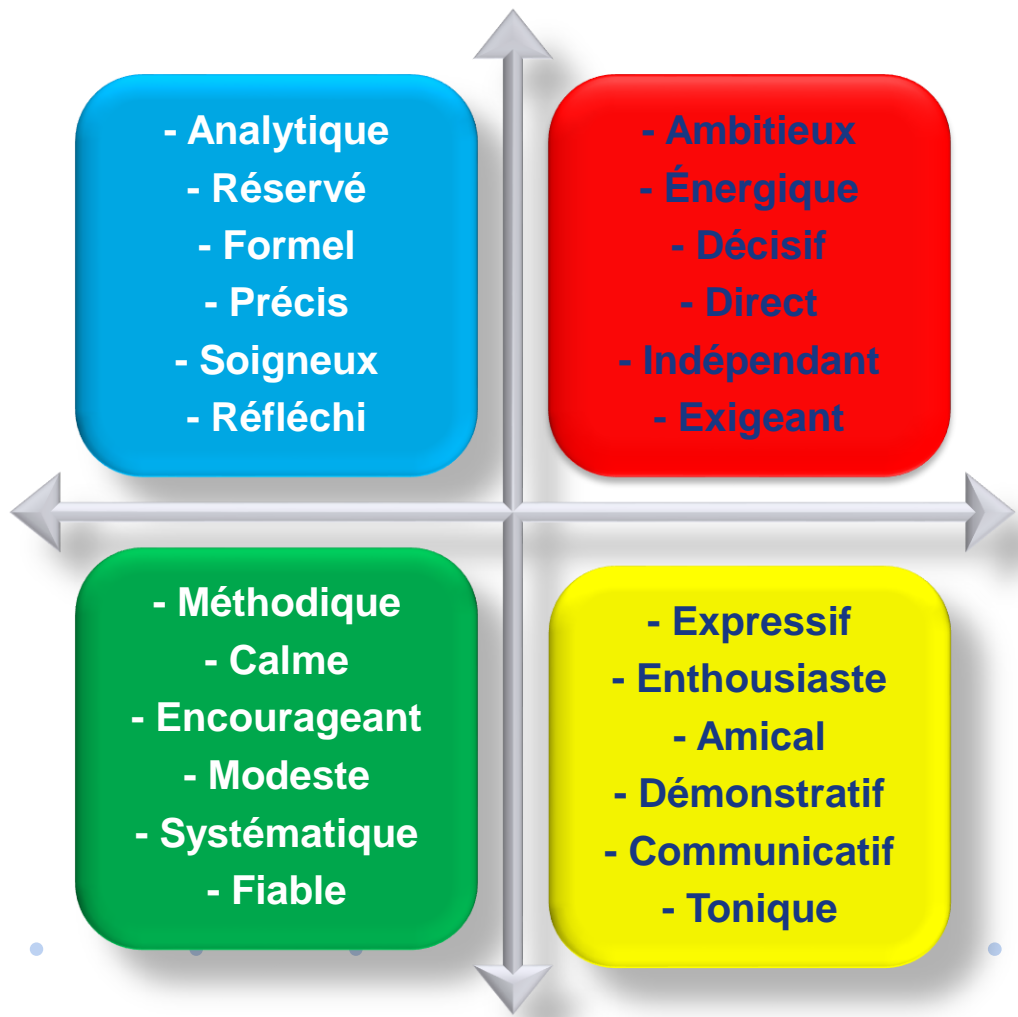


Méthodes d'analyse du comportement du client

- ☞ Techniques de psychologie appliquée
- ☞ SONCAS
- ☞ VAKOG
- ☞ **Langage des couleurs**
- ☞ Process communication de Kahler
- ☞ Révision du processus de négociation

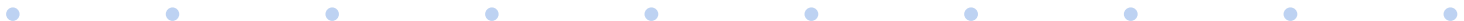


Matrice des couleurs



Dis moi ta couleur je te dirai qui tu es

	Critères	Attributs	Ses goûts
Rouge	Exigeant et direct	Carré, esprit de compétition, autoritaire, responsable, résout les problèmes, rapide	Besoin de diriger, recherche les défis, veut gagner, prend des risques
Jaune	Amical et créatif	Charmeur, optimiste, sens de l'humour, stimulant, chaleureux	Recherche l'estime, la reconnaissance, aime l'équipe, tourné vers le contact
Vert	Calme et modeste	Sens de l'écoute, démonstratif, sincère et fidèle, loyal, possessif	Termine sa tâche, sensible aux autres, manifeste peu ses problèmes, relations solides
Bleu	Analytique et réservé	Diplomate, perfectionniste, critique, objectif	Tourné vers les faits, pas de prise de risques, collecte l'info, approche méthodique

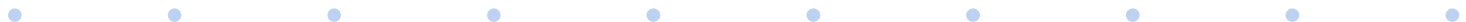


Dis moi ta couleur je te dirai qui tu es

	Communication verbale	Morpho gestuelle
Rouge	<p>Parle plus qu'il n'écoute. Affirme énergiquement. Va droit au fait, Volume fort Discours rapide</p>	<p>Poignée de main ferme Regard soutenu Mouvements rapides Signes d'impatience</p>
Jaune	<p>Raconte des histoires, des anecdotes. Partage des sentiments personnels. S'exprime sans formalités.</p>	<p>Expressions du visage animées Beaucoup de gestes Orienté vers le contact Actions spontanées</p>
Vert	<p>Écoute plus qu'il ne parle. Garde ses opinions. Ferme, chaleureux, Discours plus lent</p>	<p>Expressions de patience Poignée de main plus délicate Calme</p>
Bleu	<p>Tourné vers les faits Partage peu ses sentiments. formaliste et conformiste. Se concentre dans la discussion. Discours lent</p>	<p>Peu d'expressions du visage Pas tourné vers le contact Peu de gestes Distant</p>

Méthodes d'analyse du comportement du client

- ☞ Techniques de psychologie appliquée
- ☞ SONCAS
- ☞ VAKOG
- ☞ Langage des couleurs
- ☞ **Process communication de Kahler**
- ☞ Révision du processus de négociation



Types de personnalités

empathique

travailleuse

persévérant

rêveur

rebelle

promoteur



Détails

	Trait de caractère dominant	Environnement	Apparence
Empathique	Compassant Chaleureux Sensible	Agréable Confortable Ambiance accueillante Décor personnalisé	Apparence soignée Harmonieuse Couleurs assorties
Travailleuse	Logique Responsable Organisé	Fonctionnel Ordonné Pratique	Nette, propre, soignée Habillement adapté à la situation
Persévérant	Engagé Dévoué Observateur Conscientieux	Fonctionnel Traditionnel Stylé	Conforme à l'entreprise, au métier
Rêveur	Imaginatif Calme Réfléchi	Simple Sobre A peu d'importance	Tient compte du temps et du confort et non de la mode
Rebelle	Spontané Créatif Ludique	Original Stimulant	Originale pour attirer l'attention
Promoteur	Adaptable Persuasif Charme	Le plus valorisant possible Doit être le témoin de sa réussite	Vêtements et bijoux chers

Méthodes d'analyse du comportement du client

- ☞ Techniques de psychologie appliquée
- ☞ SONCAS
- ☞ VAKOG
- ☞ Langage des couleurs
- ☞ Process communication de Kahler
- ☞ **Révision du processus de négociation**



Processus de négociation

- ☞ **Mise en situation**
- ☞ Découverte
- ☞ Diagnostic
- ☞ Proposition
- ☞ Argumentation
- ☞ Valorisation
- ☞ Conclusion
- ☞ Prise de congé



Objectifs et méthodes

Objectifs

- Positionner positivement**
 - son professionnalisme
 - et l'image de son entreprise
- Instaurer un climat de confiance**

Méthodes

- Ponctualité**
- Non-verbal positif**
- Présentations réciproques
(entreprises + interlocuteurs)**
- Échange cartes de visite**
- Gestion du temps**
- Construction ordre du jour**

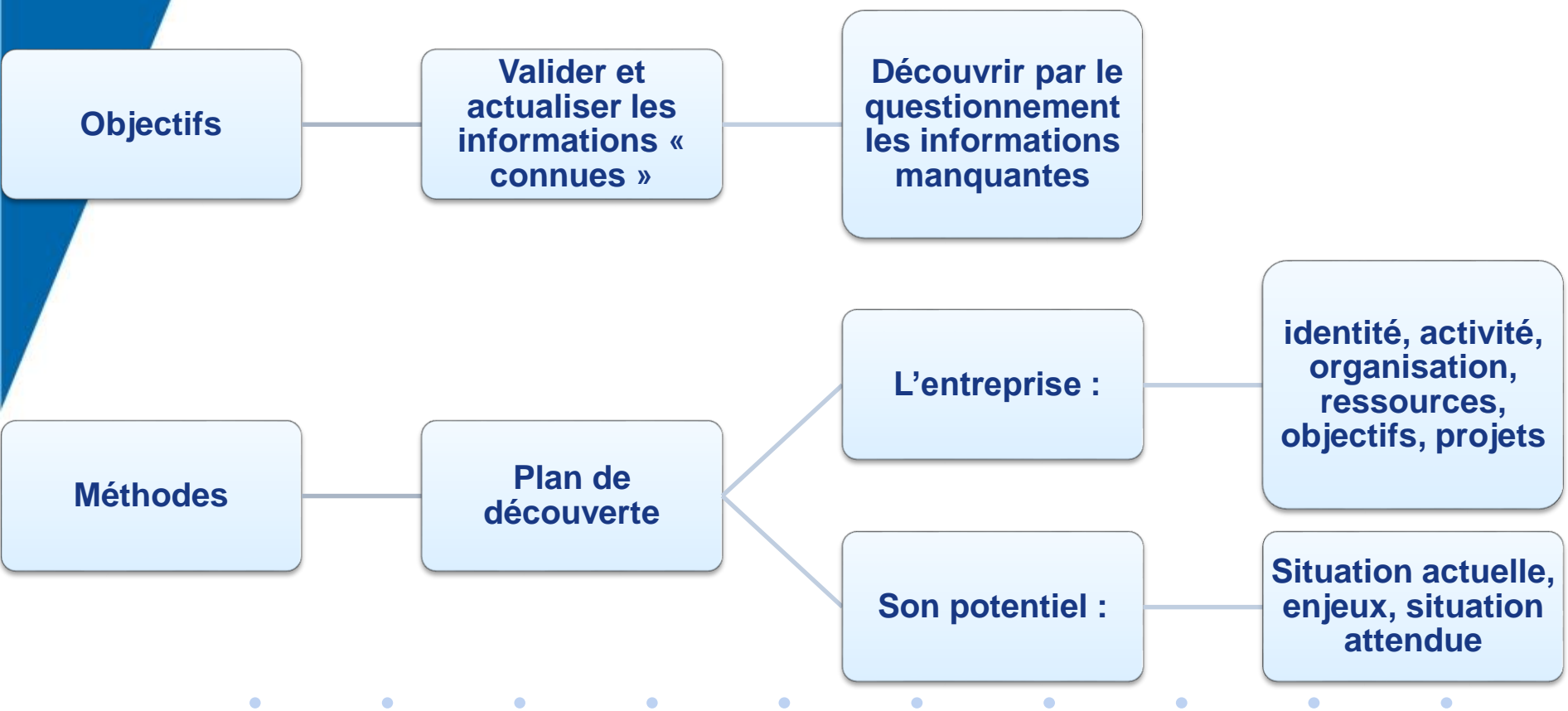


Processus de négociation

- ☞ Mise en situation
- ☞ **Découverte**
- ☞ Diagnostic
- ☞ Proposition
- ☞ Argumentation
- ☞ Valorisation
- ☞ Conclusion
- ☞ Prise de congé



Objectifs et méthodes



Processus de négociation

- ☞ Mise en situation
- ☞ Découverte
- ☞ **Diagnostic**
- ☞ Proposition
- ☞ Argumentation
- ☞ Valorisation
- ☞ Conclusion
- ☞ Prise de congé



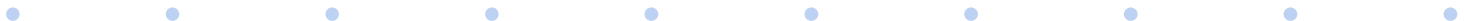
Objectifs et méthodes

Objectifs

- Démontrer la bonne compréhension des attentes, motivations, besoins, insatisfactions, projets

Méthodes

- Sélection des besoins clés
- Synthèse
- Évaluation:
 - AIDA, DIPADA, Méthodes des objectifs, Techniques de psychologie appliquée, SONCAS, SABONE, PICASSO, BESOIN, VAKOG, Langage des couleurs, Process communication de Kahler, Communication persuasive de Sheperd



Processus de négociation

- ☞ Mise en situation
- ☞ Découverte
- ☞ Diagnostic
- ☞ **Proposition**
- ☞ Argumentation
- ☞ Valorisation
- ☞ Conclusion
- ☞ Prise de congé



Objectifs et méthodes

Objectifs

- Offrir une solution adaptée selon la synthèse du profil besoins/motivations/désirs (identifiés avec les méthodes d'analyse du comportement du client)

Méthodes

- Rebondir sur l'accord suscité par l'évaluation
- Énoncer une solution adaptée :
 - de façon affirmée ;
 - de façon suggérée.

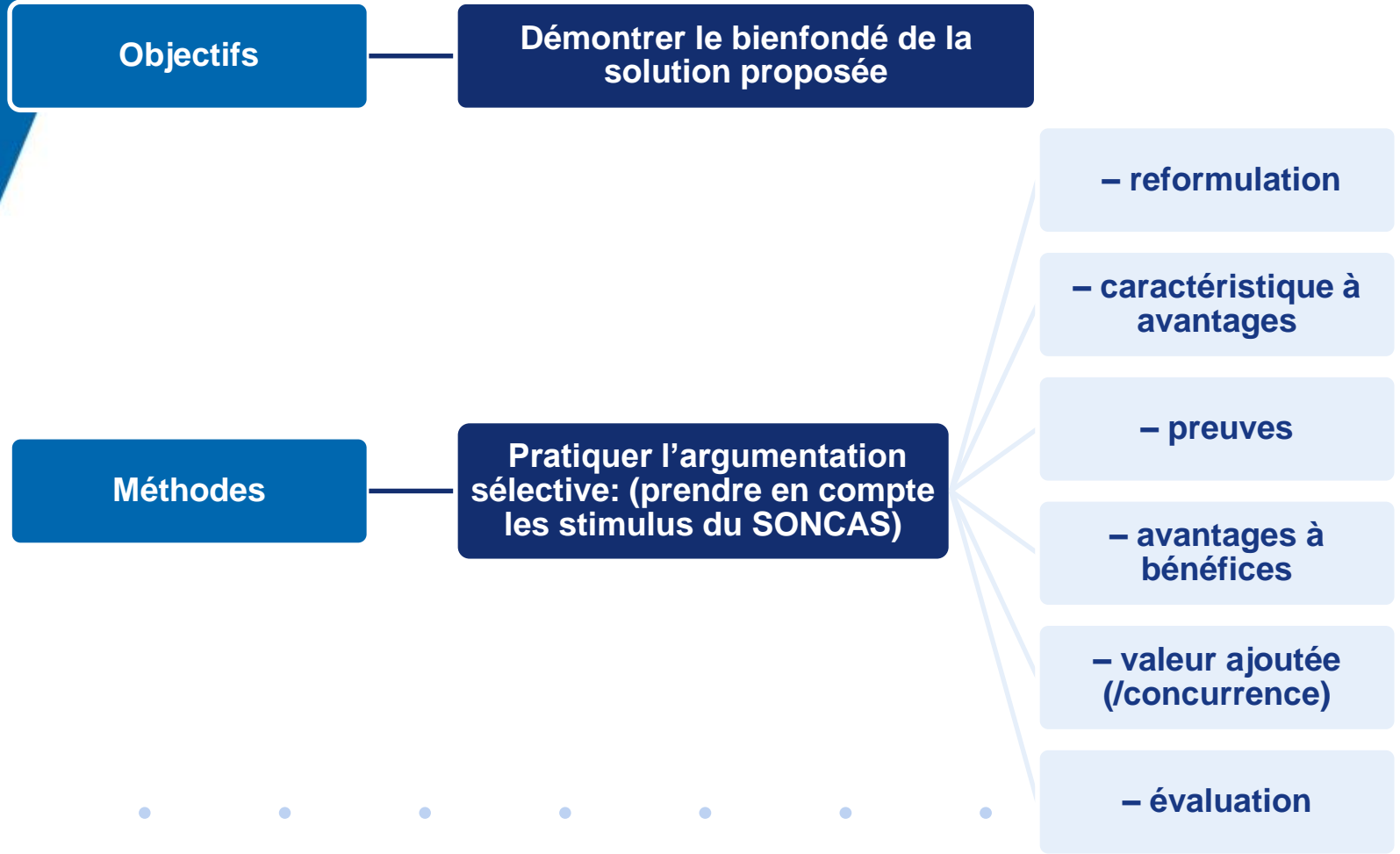


Processus de négociation

- ☞ Mise en situation
- ☞ Découverte
- ☞ Diagnostic
- ☞ Proposition
- ☞ **Argumentation**
- ☞ Valorisation
- ☞ Conclusion
- ☞ Prise de congé



Objectifs et méthodes

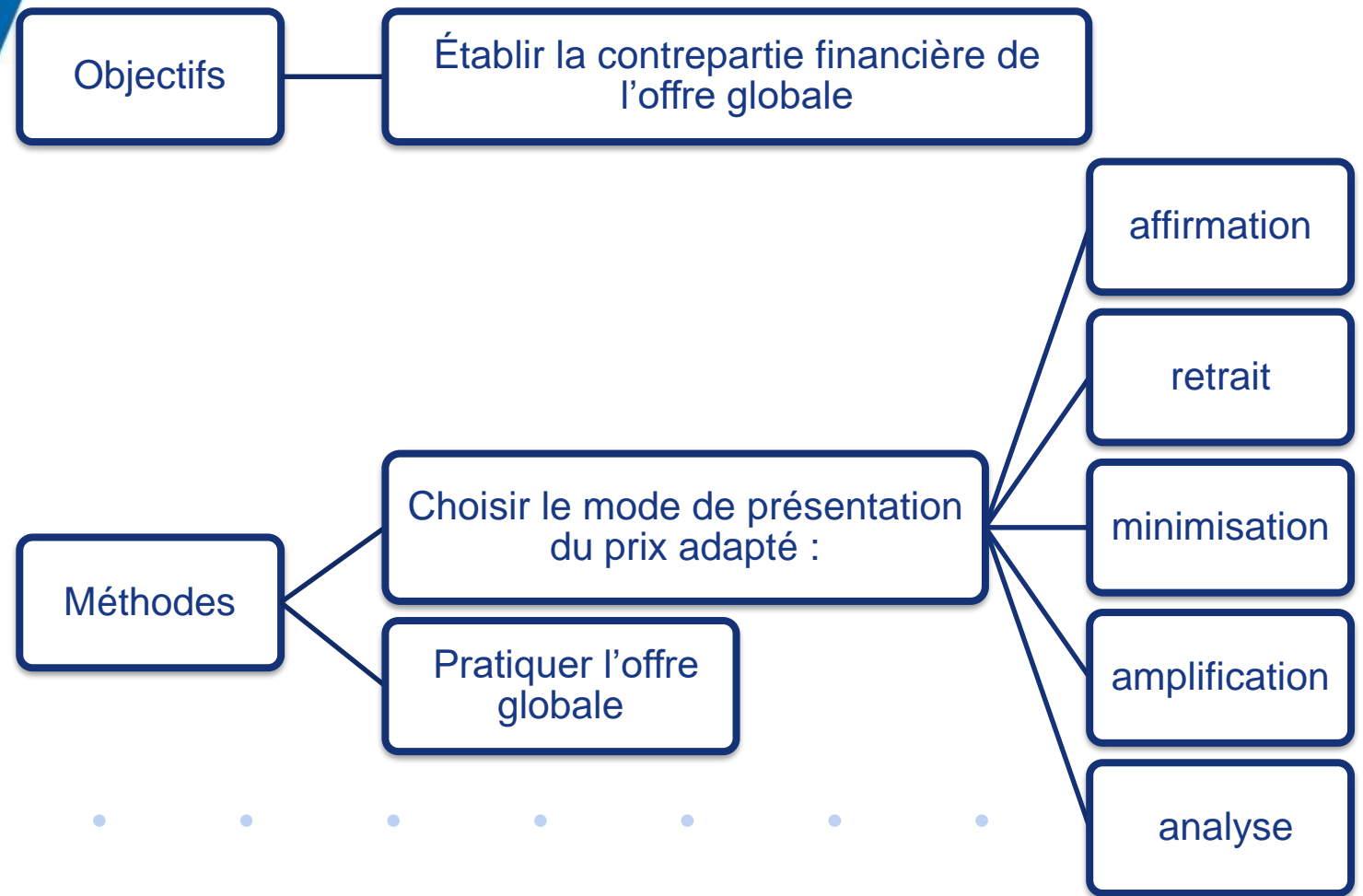


Processus de négociation

- ☞ Mise en situation
- ☞ Découverte
- ☞ Diagnostic
- ☞ Proposition
- ☞ Argumentation
- ☞ **Valorisation**
- ☞ Conclusion
- ☞ Prise de congé



Objectifs et méthodes

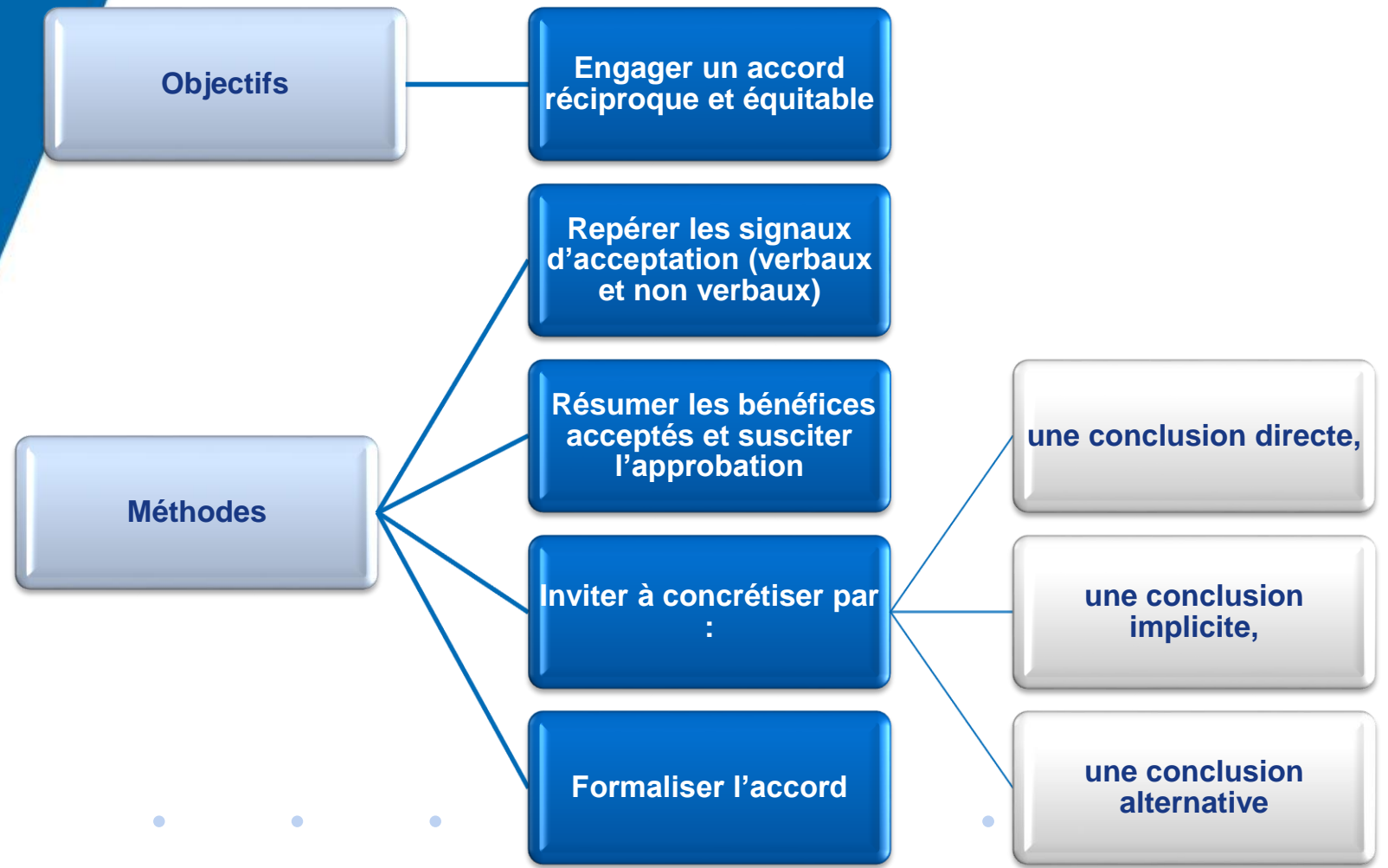


Processus de négociation

- ☞ Mise en situation
- ☞ Découverte
- ☞ Diagnostic
- ☞ Proposition
- ☞ Argumentation
- ☞ Valorisation
- ☞ **Conclusion**
- ☞ Prise de congé



Objectifs et méthodes



Processus de négociation

- ☞ Mise en situation
- ☞ Découverte
- ☞ Diagnostic
- ☞ Proposition
- ☞ Argumentation
- ☞ Valorisation
- ☞ Conclusion
- ☞ **Prise de congé**



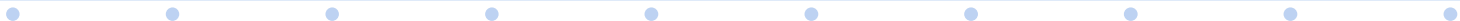
Objectifs et méthodes

Objectifs

- Confirmer ses engagements
- Quitter son interlocuteur sur une image positive et professionnelle

Méthodes

- S'impliquer dans l'application des engagements
- Se positionner comme coordinateur-facilitateur
- Programmer les actions de suivi
- Convenir du RDV suivant et de la réalisation de son projet



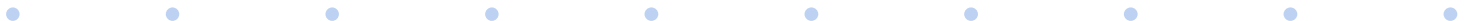
Programme du cours

- œ Découverte des qualités d'un bon négociateur
- œ Méthodes d'analyse du comportement du client
- œ **Maitrise de la négociation interculturelle**



Maitrise de la négociation interculturelle

- ☞ **Les 5 Dimensions culturelles de Hofstede**
- ☞ Les 7 dimensions culturelles de Trompenaars
- ☞ Les 10 dimensions culturelles de Gardenswartz et Rowe
- ☞ Les 10 indicateurs du Cultural Orientation Indicator COI



5 dimensions de Hofstede

Distance
hiérarchique

Degré
d'individualisme
ou de
collectivisme

Degré de
masculinité ou
de féminité

Contrôle de
l'incertitude

Orientation
CT/LT



Distance hiérarchique

Faible distance hiérarchique

- Inégalités sont réduites
- Interdépendance entre ceux qui ont et n'ont pas de pouvoir
- Décentralisation de pouvoir
- Consultation des subordonnés

- Leadership démocrate
- Les symboles de prestige sont mal perçus
- Droits égaux

Forte distance hiérarchique

- Inégalités souhaitées
- Les plus faibles dépendent des plus forts
- Centralisation du pouvoir
- Commandement des subordonnés

- Leadership autocrate
- Les privilèges sont considérés comme normaux
- Les puissants ont des privilèges



Degré d'individualisme ou de collectivisme

Collectivisme

- Appartenance à un groupe
- Nous
- Relation employeur/employé:
base moral et lien familial
- Recrutement et promotion selon
l'appartenance aux groupes
- La relation avant l'affaire
- Vie privée + professionnelle
- Intérêts collectifs
- Harmonie et consensus

Individualisme

- Chacun pour soi
- Je
- Relation employeur/employé:
contrat fondé sur des avantages
réciproques
- Recrutement et promotion selon
la compétence
- L'affaire avant la relation
- Vis privée/vie professionnelle
- Intérêts personnels
- Épanouissement personnel



Degré de masculinité et de féminité

Féminine

- L'attention aux autres
- Modestie
- Tendresse des hommes et femmes
- On travaille pour vivre
- Égalité, solidarité et qualité de vie au travail
- Résolution des conflits par le compromis
- Priorité préservation de l'environnement

Masculine

- Succès matériel
- Ambition et affirmation de soi
- Tendresse des femmes
- On vit pour travailler
- Équité, concurrence et performance
- Résolution des conflits par l'affrontement
- Priorité maintien de la croissance économique



Contrôle de l'incertitude

Faible contrôle

- Chaque jour comme il vient
- Peu de stress, bien-être
- Dissimuler ses émotions
- La nouveauté est curieuse
- Bon accueil des idées

Fort contrôle

- Se battre de jour en jour
- Beaucoup de stress, anxiété
- Exprimer ses émotions
- La nouveauté est dangereuse
- Résistance à l'innovation



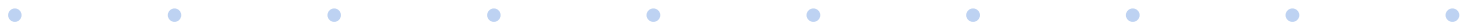
Orientation court / long terme

Vision long terme

- Importance de la valeur de la formation
- importance de l'équité
- Séniors ont plus d'autorités sur les jeunes
- L'entreprise est une famille

Vision court terme

- Importance de l'auto-actualisation
- Traiter les autres comme on veut être traité
- Créativité et individualisme
- Égalité des promotions



Maitrise de la négociation interculturelle

- ☞ Les 5 Dimensions culturelles de Hofstede
- ☞ Les 7 dimensions culturelles de Trompenaars
- ☞ Les 10 dimensions culturelles de Gardenswartz et Rowe
- ☞ Les 10 indicateurs du Cultural Orientation Indicator COI



7 dimensions de Trompenaars

Individualisme
ou collectivisme

Statut attribué
ou acquis

Culture diffuse
ou limitée

Objectivité ou
subjectivité

Universalisme
ou
particularisme

Volonté ou refus
de contrôle de la
nature

Monochronie ou
polychronie

Individualisme et collectivisme

Culture française

- Intérêt personnel
- Gagnant/perdant
- Forte pression de professionnalisme
- Les affaires avant les relations

Culture suédoise

- Intérêt commun
- Gagnant/gagnant
- Forte pression sociale
- Les relations avant les affaires



Objectivité ou subjectivité

Objective	Subjective
<ul style="list-style-type: none"> -Attitude neutre -Rationalité -Dépassions -Exprimer ses émotions au travail est un tabous 	<ul style="list-style-type: none"> -Attitude émotionnelle -Expose leurs sentiments dans le cadre des relations professionnelles

Amérique de nord et Allemagne	Argentine et Brésil
<ul style="list-style-type: none"> -j'ai des collègues et non des amis -Réalisation d'objectifs -Changement de ton est un manque de maîtrise de soi (anxiété et nervosité) 	<ul style="list-style-type: none"> -j'ai une famille au travail -Changement de ton comme une marque d'implications et d'intérêt face au projet

Universalisme et particularisme

Universaliste

- Une même décision est applicable sur tout problème quelque soit la situation
- Règles et normes communes
- Consulter ce qui a été fait

Particulariste

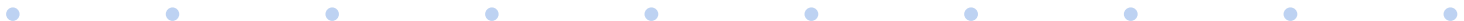
- attention aux contraintes relationnelles et circonstances conjoncturelles
- Recherche solution adaptée
- innover

USA

- l'information confidentielle est secrète même pour ma famille

Indonésie ou Russie

- Information confidentielle partagée avec les gens concernés et avec les amis/famille.



Culture diffuse ou limitée

Diffuse

- Vie privée = vie professionnelle

Limitée

- Vie privée / vie professionnelle

Italie

- Récompenser toute l'équipe de travail quand elle dépasse ses objectifs
- Critique professionnelle = critique personnelle
- Relation avec le client
- Confiance au détriment de la performance et du prix

Royaume des Pays-Bas

- c'est absurde de récompenser toute une équipe pour leur travail
- Critique professionnelle / critique personnelle
- Augmenter le CA
- Prix et performance au détriment de la confiance



Statut attribué ou acquis

Attribué

- Le statut social selon l'âge, origine, profession et niveau des diplômes
- état de fait

Acquis

- Statut social selon ses réalisations et actions personnelles
- Résultat d'une action

France

- Forte présence des diplômes (HEC, ENA)
- Présence de l'état

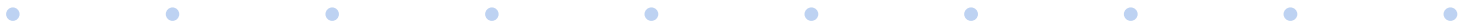
Allemagne

- Apprentissage professionnel et non selon les diplômes
- La promotion dépend de l'atout de carrière



Volonté ou refus de contrôler la nature

Volonté	Refus
- Influencer et contrôler l'environnement	- Accepter les lois de l'environnement, s'y adapter et y vivre en harmonie
Cultures occidentale	Culture asiatique et africaine
- Transformer la nature	- Respecter la nature et se laisser guider par ses lois



Temps monochronique et polychronique

Monochronie

- Une tâche à la fois

Polychronie

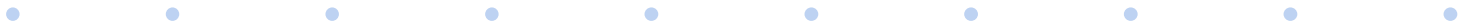
- Gérer plusieurs tâches à la fois

Japon

- Pour bien faire les choses, il ne faut se concentrer que sur une seule chose

Allemagne

- Pour être efficace, il faut se charger de plusieurs choses en même temps.



Maitrise de la négociation interculturelle

- ☞ Les 5 Dimensions culturelles de Hofstede
- ☞ Les 7 dimensions culturelles de Trompenaars
- ☞ Les 10 dimensions culturelles de Gardenswartz et Rowe
- ☞ Les 10 indicateurs du Cultural Orientation Indicator COI



Les 10 dimensions de la culture

Conscience de soi et espace vital

Distance

Toucher

Formel / informel



Communication et langue

Langue / dialecte

Gestes / expressions / ton

Direct / indirect



Tenue et apparence

Habillement

Coiffure

Présentation



Aliments et habitudes alimentaires

Restrictions alimentaires /
tabous

Ustensiles / mains

Préférences alimentaires

Convenances / rituels

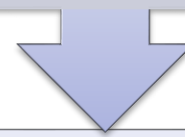
Les 10 dimensions de la culture

Temps et conscience du temps

Ponctualité /
empressement

Âge / statut

Rythme

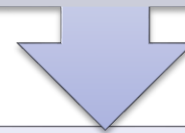


Relations

Parents / amis

Âge / sexe

Statut / autorité



Valeurs et normes

Groupe /
individu

Indépendance
/ conformité

Vie privée

Respect

Compétition /
coopération

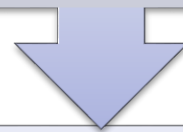
Les 10 dimensions de la culture

Croyances et attitudes

Religion / spiritualité

Condition féminine

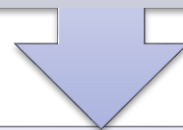
Ordre social



Processus mental et apprentissage

Logique / émotivité

Global / individualiste



Habitudes et pratiques de travail

Éthique du travail

Rémunération /
avancement

Répartition des
tâches

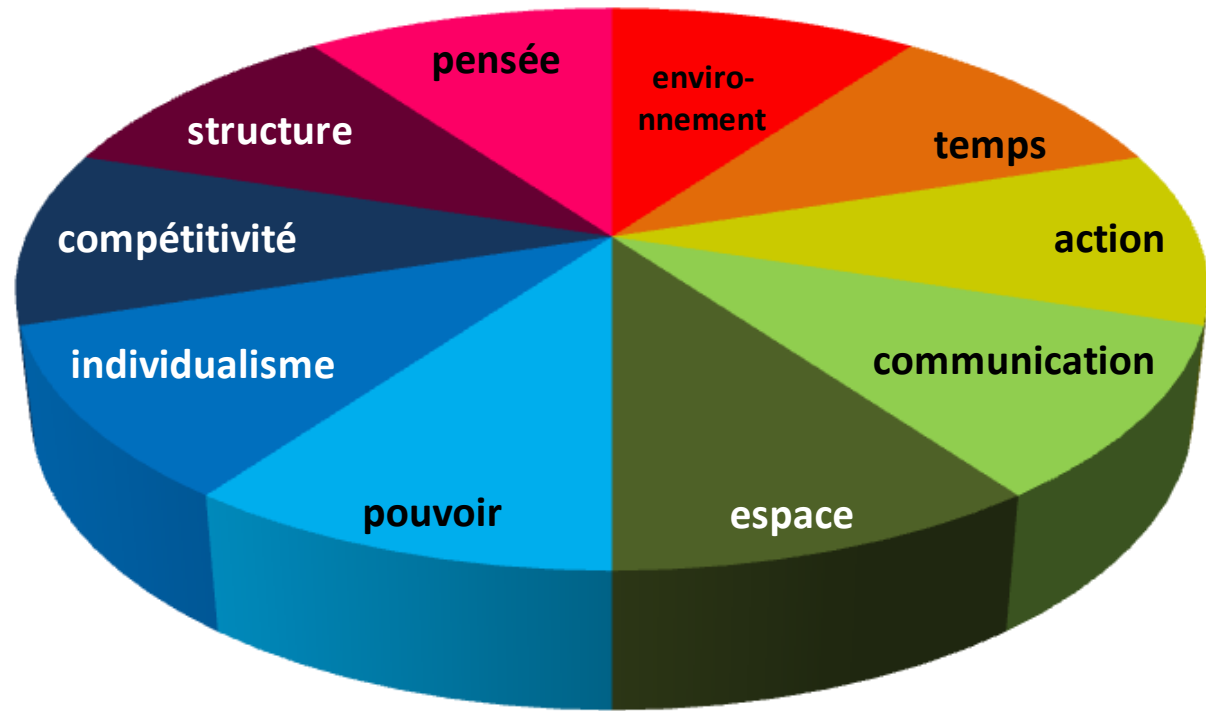
Statut lié à la
fonction

Maitrise de la négociation interculturelle

- ☞ Les 5 Dimensions culturelles de Hofstede
- ☞ Les 7 dimensions culturelles de Trompenaars
- ☞ Les 10 dimensions culturelles de Gardenswartz et Rowe
- ☞ Les 10 indicateurs du Cultural Orientation Indicator COI

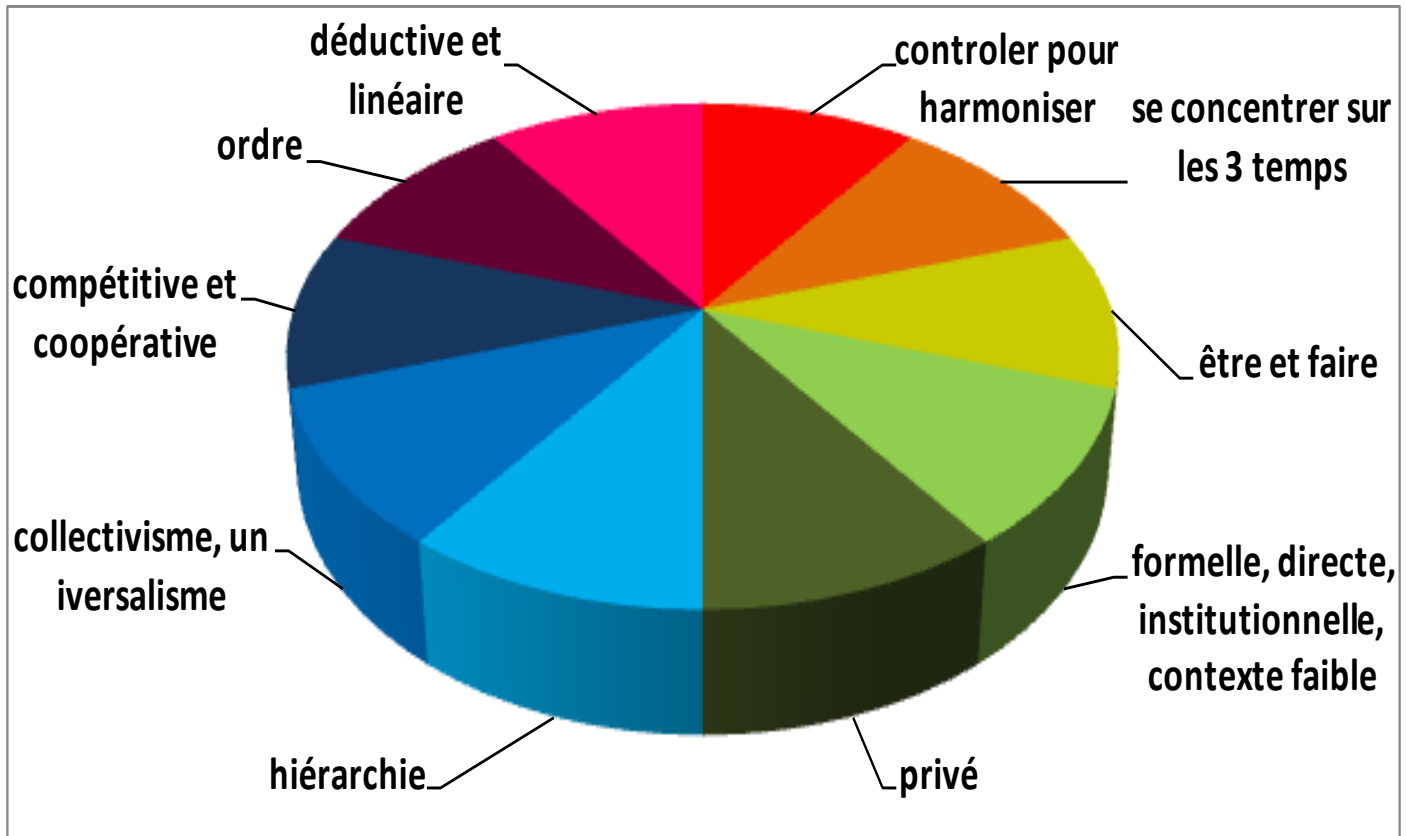


Indicateurs du COI



- Environnement
- Temps
- Action
- Communication
- Espace
- Pouvoir
- Individualisme
- Compétitivité
- Structure
- Pensée

Exemple Allemagne



- Environnement
- Temps
- Action
- Communication
- Espace
- Pouvoir
- Individualisme
- Compétitivité
- Structure
- Pensée

Exemple Chine

