



Dans toute négociation il y a matière
à accorder les positions opposées.

Jean-Paul Sartre

Stratégies et tactiques pour la négociation de vente

Chapitre 1 – Introduction

Vous risquez de perdre votre marge – voire même toute la vente – lors des négociations. Les ententes finales sont souvent sujettes à des modifications ou à des restrictions budgétaires à la dernière minute.

Il n'est donc pas surprenant que de nombreux vendeurs abordent les négociations avec appréhension. En fait, de nombreuses études montrent que **l'anxiété est l'émotion la plus fréquente** associée à la négociation, et notre expérience sur le terrain confirme que les négociateurs anxieux obtiennent rarement de bons résultats.

Une réalité qui a changé

- **L'approvisionnement** est plus impliqué.
- **Les acheteurs disposent de beaucoup plus d'informations** : sur vous, vos offres, vos concurrents et vos prix.
- **Des tiers s'interposent souvent** entre l'acheteur et le vendeur, représentant les acheteurs et les isolant des vendeurs.
- **Les technologies d'approvisionnement** sont devenues la norme.

Tout cela peut donner au vendeur l'impression que **l'acheteur détient tout le pouvoir**.

Mais ce n'est pas le cas

En réalité, un article de la *Harvard Business Review* sur la négociation débute ainsi :

« Dans de nombreuses industries, l'équilibre du pouvoir s'est déplacé de façon significative des acheteurs vers les fournisseurs. »

Chapitre 2 – Que révèle la recherche sur la négociation en vente ?



Les recherches mondiales sur la performance en négociation de vente démontrent clairement pourquoi il est essentiel que votre équipe de vente compte des négociateurs de haut niveau.

Satisfaction des résultats et atteinte des prix cibles

Les meilleurs négociateurs en vente sont :

12,5 fois plus susceptibles d'être satisfaits de l'issue de leurs négociations.

3,1 fois plus susceptibles d'atteindre leurs objectifs de prix. Plus enclins à **remporter la vente**.

Tableau – Satisfaction et performance en négociation

Indicateur	Négociateurs performants	Autres négociateurs	Multiplicateur
Satisfaction de l'issue	Très élevée	Faible à moyenne	x 12,5
Atteinte du prix cible	Fréquente	Rare	x 3,1
Victoire de la vente	Plus probable	Moins probable	+ significatif



Chapitre 3 – Qu’est-ce qu’une négociation de vente ?

Une **négociation de vente** est une conversation entre un acheteur et un vendeur qui travaillent ensemble pour obtenir le **meilleur accord possible**.

Caractéristiques principales

Échanges, concessions et compromis sont des éléments normaux et attendus.

Surviennent généralement **à la fin du cycle de vente** : prix, portée, échéancier, autres conditions.

Si des objections demeurent, c’est au **vendeur de les résoudre**.

Négociation = collaboration (mais pas toujours équilibrée)

- Les acheteurs l’utilisent souvent pour :
 - Pousser le vendeur à baisser ses prix.
 - Obtenir des concessions supplémentaires.
- Le vendeur doit être prêt à répondre à ces tactiques et **éviter de céder immédiatement sur le prix**.

La mauvaise approche : “Il faut conclure à tout prix”

- Vous pensez devoir conclure.
- Vous perdez votre **levier de négociation**.
- Vos comportements risquent d’être influencés par ce besoin.

COMPARER LES RÉGLAGES AUTOMATIQUES ET PERSONNALISÉS



La bonne approche : garder des alternatives

- **Ne pas conclure l'accord,**
- **Laisser passer la vente,**
- **Se concentrer sur une autre opportunité.**

Chapitre 4 – Compétences clés pour réussir une négociation de vente

Pour réussir une négociation de vente, un vendeur doit maîtriser plusieurs compétences essentielles.

1. Communication

- **Écoute active** : comprendre réellement les besoins, préoccupations et motivations de l'acheteur.
- **Sang-froid** : rester calme et posé même sous pression.
- **Clarté** : s'exprimer de manière concise et structurée.

2. Recherche et préparation

- Connaissance approfondie de ses propres offres et de la valeur qu'elles apportent.
- Connaissance de l'acheteur, son secteur d'activité et ses défis particuliers.
- Connaissance des tendances et des pratiques de l'industrie.

3. Création de valeur

- Analyser les points de négociation en profondeur.
- Résoudre les problèmes en temps réel avec créativité.
- Orienter la discussion vers la **valeur créée** plutôt que sur le prix seul.

4. Gestion des objections

- Anticiper les objections les plus fréquentes (prix, confiance, concurrence, délais).
- Transformer chaque objection en **opportunité d'exploration**.

5. Intelligence émotionnelle


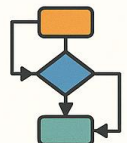

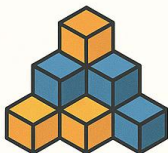

- **Gérer ses propres émotions** : éviter que l'anxiété, la colère ou la frustration ne prennent le dessus.
- **Gérer les émotions de l'acheteur** : instaurer un climat de confiance et réduire les tensions.

Tableau récapitulatif – Compétences clés

Compétence	Description	Objectif
Communication	Écoute active, sang-froid, clarté	Maintenir un dialogue constructif
Recherche	Connaissance de ses offres, du marché, etc.	Arriver préparé et crédible
Création de valeur	Résolution de problèmes et innovation	Démontrer la valeur au-delà du prix
Gestion des objections	Transformer les freins en opportunités	Clarifier les besoins et rassurer
Intelligence émotionnelle	Maîtriser ses émotions et celles du client	Favoriser la confiance et l'ouverture

CHAPITRE 4

COMPÉTENCES CLÉS EN PROGRAMMATION

RÉSOLUTIONS DE PROBLÈMES	ALGORITHMES	LANGAGES DE PROGRAMMATION	CONCEPTS DE BASE	DÉBOGAGE
				
Analyser et résoudre des problèmes	Concevoir des instructions claires	Écrire du code en différents langages	Comprendre les structures fondamentales	Identifier et corriger les erreurs

Chapitre 5 – Les 6 stratégies essentielles de négociation

CHAPITRE 5 STRATÉGIES POUR COMPRENDRE LES TEXTES



Après deux décennies d'observations, de recherches et de formations, les meilleures pratiques des négociateurs performants ont été condensées en **6 règles fondamentales**.

1. Toujours être prêt à se retirer

- Votre état d'esprit est déterminant.
- Si l'acheteur sait que vous **avez besoin** de conclure, il a tout le pouvoir.
- Si vous êtes prêt à **vous retirer**, vous êtes sur un pied d'égalité.

À retenir :

Vouloir la vente = normal.

Avoir besoin de conclure = dangereux.

- Un vendeur préparé connaît son **prix de réserve** et son **MAAN (BATNA)**.

2. Construire la valeur

- Face à une objection ou une pression sur le prix, trop de vendeurs **cèdent immédiatement**.
- Chaque objection peut être une opportunité de mieux comprendre le client, proposer des solutions créatives, reformuler la valeur de l'offre.

3. Mener la négociation

- Les meilleurs négociateurs :
 - Établissent l'ordre du jour,
 - Ouvrent la discussion avec leurs objectifs,
 - Proposent les premières offres,
 - Annoncent leurs paramètres de prix.

4. Gérer les émotions

- La négociation est un processus **émotionnel**.
- Les meilleurs négociateurs savent :
 - Créer un climat où l'acheteur se sent **respecté et valorisé**,
 - Instaurer une **relation de confiance**,
 - Gérer leurs propres émotions pour rester concentrés.

5. Échanger, ne pas céder

- Les meilleurs négociateurs :
 - **Proposent des échanges** au lieu de baisser le prix,
 - Demandent **quelque chose en retour** lorsqu'ils concèdent.

6. Planifier pour gagner

- La **préparation** est l'un des plus grands facteurs de succès.
- Un vendeur préparé :
 - Définit clairement ses objectifs,
 - Comprend les besoins de l'acheteur,
 - Anticipe les tactiques possibles.

Tableau – Les 6 règles essentielles de la négociation

Règle	Objectif principal	Impact
1. Toujours être prêt à se retirer	Conserver son pouvoir	Ne pas accepter d'accord défavorable
2. Construire la valeur	Démontrer l'importance	Gagner sans réduire les marges
3. Mener la négociation	Garder l'initiative	Orienter l'accord vers sa vision
4. Gérer les émotions	Favoriser un climat positif	Créer confiance et ouverture
5. Échanger, ne pas céder	Préserver la valeur	Conclure par des compromis équilibrés
6. Planifier pour gagner	Arriver préparé et confiant	Obtenir des accords solides et durables



Chapitre 6 – Conseils pratiques de négociation

Ces recommandations concrètes permettent de transformer les **6 règles essentielles** en actions efficaces lors des discussions avec les acheteurs.

1. Faites un plan

- Identifiez vos objectifs et ceux de l'acheteur.
- Imaginez des possibilités d'options et d'échanges.
- Connaissez votre **MAAN (BATNA)** et votre **prix de réserve**.
- Décidez comment ouvrir la discussion.
- Analysez vos leviers.

2. Fixez l'ordre du jour

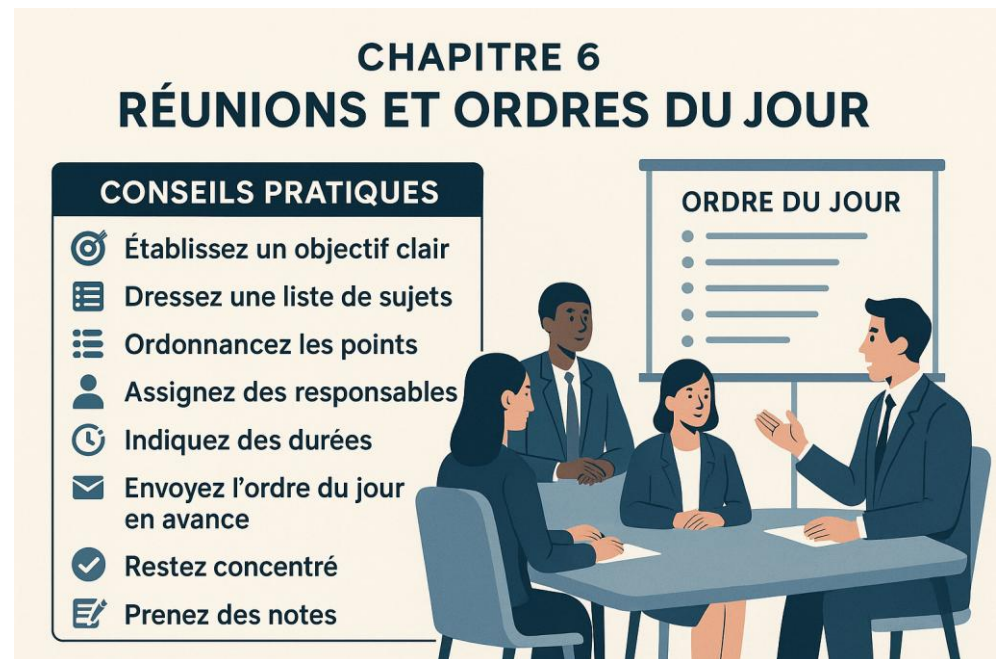
- Proposez un **agenda structuré** avant la rencontre.
- Envoyez l'agenda avant la rencontre et demandez ses commentaires.

3. Faites l'offre initiale autant que possible

- Profitez de l'**effet d'ancrage**.

4. Demandez le budget quand c'est pertinent

- Judicieux si l'acheteur achète déjà un produit similaire



5. Facilitez la discussion et favorisez la collaboration

- Posez des questions qui orientent le dialogue.
- Maintenez le cap sur les objectifs.

6. Désamorcez toute tension

- Brisez la glace (week-end, sport, famille).
- Faites un compliment sincère.

7. Préparez vos options d'échanges

- Arrivez avec une **liste d'échanges possibles**.
- Proposez des **ensembles de concessions**.

8. Obtenez l'engagement

- Obtenez l'accord verbal et confirmez qu'il est clair.
- Envoyez immédiatement un résumé écrit et demandez une confirmation.

Tableau – 8 conseils pratiques de négociation

Conseil	Objectif	Résultat attendu
1. Planifier	Arriver préparé	Avoir l'initiative
2. Fixer l'agenda	Structurer la rencontre	Garder le contrôle
3. Faire l'offre initiale	Ancrer la discussion	Maximiser le résultat
4. Demander le budget	Quand pertinent	Obtenir des infos clés
5. Faciliter la discussion	Éviter le marchandage	Favoriser la collaboration
6. Désamorcer la tension	Créer un climat positif	Dialogue ouvert
7. Préparer des échanges	Préserver la valeur	Concessions équilibrées
8. Obtenir l'engagement	Finaliser rapidement	Accord solide



CHAPITRE 7

FORMATION EN NÉGOCIATION



Le programme de formation

Pour devenir un(e) négociateur(trice) performant(e), vous devriez participer à un programme de formation en négociation.

Objectifs du programme	
Objectifs	Descriptions
Développer des compétences	Pratiquer différentes stratégies et techniques de négociation
Améliorer la communication	Apprendre à écouter activement et à exprimer clairement ses idées
Accroître la confiance	Gagner en assurance et en maîtrise de soi pendant les négociations



Chapitre 7 – Formation en négociation de vente

La question

Faut-il une formation spécifique pour devenir un bon négociateur ?

La réponse de la recherche

Les études révèlent que les meilleurs négociateurs en vente sont :

- **9,3 fois plus susceptibles** d'avoir reçu une formation jugée *extrêmement efficace*.

Résultats de la formation en négociation

- **78 % des vendeurs** ayant suivi une formation *extrêmement efficace* se disent **très satisfaits** de leurs négociations.
- Les **acheteurs** sont **1,5 fois plus nombreux que les vendeurs** à avoir bénéficié d'une telle formation.

Conséquence : dans de nombreux cas, les vendeurs négocient en **situation de désavantage**, car les acheteurs sont mieux formés et préparés.

Pourquoi c'est important

La qualité de la formation en négociation est directement corrélée à la capacité des acheteurs à obtenir :

- Des **concessions de prix**,
- Des **rabais**,
- L'atteinte de leurs **objectifs budgétaires**,
- Et des **résultats satisfaisants**.

Chapitre 8 – Comment maîtriser la négociation de vente ?

Pour devenir un négociateur de vente performant, vous devez être capable de :

- **Atteindre les meilleures solutions gagnant-gagnant** pour votre entreprise et vos clients.
- **Mener un processus de négociation maîtrisé** qui favorise ces solutions lorsqu'elles sont possibles.
- **Contrer les tactiques courantes des acheteurs** destinées à réduire vos marges.
- **Renforcer vos relations avec vos clients** et créer de nouvelles opportunités d'affaires.

L'acronyme ABLE To Prevail

- **Always be willing to walk** → Toujours être prêt à se retirer
- **Build value** → Construire la valeur
- **Lead the negotiation** → Mener la négociation
- **Effect emotions** → Gérer les émotions
- **Trade, don't cave** → Échanger, ne pas céder
- **Plan to win** → Planifier pour gagner

Cet acronyme constitue un **outil de mémorisation** pratique et utile pour tous les vendeurs.

Un modèle pour tous les niveaux

- Les **négoceurs débutants** peuvent utiliser ce modèle comme une base pour développer leur confiance et acquérir rapidement des compétences pratiques.
- Les **vendeurs expérimentés** peuvent s'en servir comme cadre de perfectionnement pour affiner leur maîtrise.

En résumé

La négociation est un domaine vaste et complexe. Bien sûr, certains facteurs échappent à votre contrôle : compétences, formation et ouverture de l'acheteur jouent un rôle important.

Cependant, comme dans de nombreux domaines, la règle du **80/20** s'applique :

80 % de votre succès découle de 20 % de vos efforts – à condition que ce soient les **bons efforts**.

En apprenant et en appliquant les **6 règles essentielles de la négociation**, vous mettrez toutes les chances de votre côté pour :

- Conclure des accords favorables,
- Préserver vos marges,
- Et renforcer durablement vos relations clients.

