

Thème 1 : Les techniques de négociation.

I) Qu'est-ce-que la négociation-vente à l'international ?

A. Définition de la négociation.

La négociation est une activité qui permet l'interaction de plusieurs acteurs qui, confrontés à la fois des divergences et à des interdépendances choisissent (ou trouvent opportun) de rechercher volontairement une solution mutuellement acceptable.

B. Définition de la négociation-vente.

Des acteurs qui interagissent : un vendeur et un acheteur.

Des divergences : prix, délais, quantité, qualité.

Des interdépendances : le client a besoin d'acheter, le vendeur de vendre.

Des solutions : conclure une vente mais aussi fidéliser un client, accroître sa notoriété.

C. Quelles sont les spécificités de la négociation vente à l'international ?

Sur le plan juridique : la réglementation en vigueur dans le pays.

Sur le plan linguistique : les langues différentes entre les pays.

Sur le plan politique : le contexte politique et les mécanismes de décision.

Sur le plan culturel : les valeurs et les normes sociales différent d'une culture à l'autre.

D. Des différences culturelles à prendre en compte dans la négociation.

Edward Twitchell Hall (anthropologue américain né en 1914) distingue :

Les cultures « polychroniques » pour décrire la capacité à assister à de multiples événements simultanément (France, cultures latines et asiatiques).

Les cultures « monochroniques » où l'individu gère les événements séquentiellement selon un programme ou un horaire à respecté (GB, USA, Allemagne et Europe du Nord).

Il faut prendre en compte les différences culturelles en :

- Décryptant le comportement de l'autre.
- Acceptant la différence culturelle.
- En essayant de se faire accepter.
- En gérant la communication avec un langage universel.

E. Les conditions de réussite d'une négociation-vente à l'international.

- Une préparation.
- Des techniques de négociation.
- De l'écoute verbale et para verbale.
- De l'ouverture.

F. Les stratégies de négociation.

- **La stratégie conflictuelle** avec une zone de concession (Négociation gagnant perdant).
- **La stratégie de négociation mixte** avec une zone de compromis.
- **La stratégie coopérative** avec une zone de consensus (Négociation gagnant gagnant).

Le choix d'une stratégie dépend de plusieurs critères :

- Le partenaire (exemple : nouveau client).
- Le produit négocié.
- Le lieu de la négociation (exemple : dans les locaux du vendeur).

G. Les caractéristiques d'une négociation.

- Des protagonistes.
- Un contexte de négociation.
- Un objectif.
- Une stratégie.

H. Les étapes d'une négociation ou le plan de vente.

1. Préparation de la négociation.
2. La prise de contact.
3. La découverte (ses besoins, ses motivations).
4. L'argumentation.
5. Le traitement des objections (résolutions des désaccords).
6. La conclusion et la prise de congé (signer au bon moment).
7. Le suivi de la négociation (l'après contrat).