US181Z - Gestion des comptes-clés et négociation des affaires

Mis à jour le 12-02-2024

Code : US181Z

Unité spécifique de type cours

4 crédits

Responsabilité nationale :
EPN15 - Stratégies / 1

Contact national :

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté
75003 Paris
01 58 80 86 55
Zahra ADJLOUT
zahra.adjlout@lecnam.net

Présentation

Prérequis

- Admission sur dossier et entretien (si nécessaire) ;
- inscription obligatoire à l'ensemble du Master Droit, économie, gestion, mention marketing ou du Magister Mercatique et management : direction mercatique.

Prérequis
- Les élèves ont des notions générales de vente et négociation qu'ils ont acquises par leur expérience professionnelle en première année. C'est ainsi qu'ils connaissent les fondements psychosociologiques de la vente (besoins et motivations d'achats, types de vendeurs...).
- Ils maîtrisent le processus de vente vu comme une succession d'étapes (contact, découverte, argumentation, conclusion) nécessitant la pratique de différents comportements (écoute, influence...) et sont capables de construire un argumentaire.

Objectifs pédagogiques

Cet enseignement a pour objectif de fournir aux élèves les compétences nécessaires au management d'un compte-clé, de gestion d'un processus d'affaires et de la négociation dans des situations à fort enjeu. Il permet également de maîtriser les principales conséquences juridiques de la conclusion d'un contrat.

Compétences

Les compétences visées sont :
- être capable d'analyser un client complexe et d'élaborer un plan de compte ;
- savoir mettre en uvre une stratégie de prise d'affaires ;
- réussir sa négociation dans des situations complexes : face à face, délégation, contexte multiculturel;

- maîtriser la conclusion de contrat.

Programme

Contenu

- Notions générales sur la vente et la négociation : les approches normatives et les techniques de vente, les comportements, les profils de vendeurs.
- Maîtrise des conséquences juridiques de la conclusion de conventions: de la négociation à l'exécution.
- Approche des comptes-clés et construction du plan de compte :
  - définition du compte-clé et hiérarchisation du portefeuille de clients ;
  - analyse de données et étude d'opportunité ;
  - recherche de solutions et négociation ;
  - stratégie et formalisation du plan de compte.
- Gestion d'affaires :
  - la gestion des temporalités : hors affaires, en amont, dans l'affaire ;
  - les acteurs de l'affaire et le rôle de l'Ingénieur d'affaires.
- Approches stratégiques en négociation : approche distributive et approche coopérative ou intégrative.
- Approches descriptives en négociation : les rôles et les processus.

Modalités de validation

- Examen final

Description des modalités de validation

Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprises

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Vendre : stratégie, hommes, négociations Pearson 1998	Anne Macquin
Encyclopédie de la vente et de la distribution - Economica 2001	Alain Bloch, Anne Macquin
Comment réussir une négociation - Seuil 2006	Robert Fisher, Bruce Patton, William Ury
Saint-Germain ou la négociation - Folio 2009	Francis Walder
La négociation post-moderne - Publibook 2006	Christophe Dupont