

Techniques de négociations commerciales internationales



Dr. Zendagui Amina

Maitre assistante en science commerciales

Département de commerce

FSEG –Université Abou bekr Belkaid.Tlemcen

Table des matières



Objectifs	3
I - STRATÉGIES POST NÉGOCIATION	4
1. Exercice :	4
2. Suivi régulier	4
3. Exercice	6

Objectifs



1. Expliquer les spécificités et les défis de la négociation dans un contexte international, y compris les différences culturelles, juridiques et linguistiques.
2. Développer la confiance en soi des négociateurs dans des situations complexes et multiculturelles, en leur fournissant les compétences nécessaires pour naviguer avec succès dans ces environnements.
3. Analyser et adapter les approches de négociation en fonction des changements rapides dans les marchés mondiaux et des opportunités émergentes.
4. Encourager et créer des solutions innovantes et créatives pour résoudre les problèmes lors des négociations internationales, en pensant de manière stratégique.
5. Faciliter le partage d'expériences et de bonnes pratiques entre les participants, en favorisant un environnement d'apprentissage collaboratif et interactif.

STRATÉGIES POST NÉGOCIATION



La stratégie post-négociation est une phase cruciale qui suit la conclusion d'un accord. Elle englobe les actions et les mesures prises pour garantir la mise en œuvre effective des termes négociés, renforcer les relations avec les partenaires commerciaux et évaluer le succès de la négociation. Cette phase vise à assurer la satisfaction mutuelle, à prévenir les malentendus ou les conflits potentiels, et à identifier les leçons apprises pour améliorer les futures négociations. Une gestion efficace de la stratégie post-négociation permet non seulement de consolider les accords actuels mais aussi de poser les bases de collaborations fructueuses à long terme.

Objectifs:

1. Définir les concepts clés de la stratégie post-négociation.
2. Expliquer l'importance de la phase post-négociation dans le cycle de négociation.
3. Utiliser des techniques de suivi pour assurer la mise en œuvre des termes d'un accord.
4. Analyser les résultats d'une négociation pour identifier les domaines d'amélioration dans la stratégie post-négociation.
5. Simuler des scénarios post-négociation pour tester et affiner les stratégies et techniques apprises.

1. Exercice :

Selon vous quelle importance peuvent avoir les stratégies post-négociation ?

2. Suivi régulier

Établissez un calendrier de suivi régulier avec les clients pour maintenir une communication ouverte et régulière.

Personnalisez votre approche de suivi en tenant compte des préférences de communication de chaque client (appels téléphoniques, courriels, réunions en personne, etc.).

Profitez de ces interactions pour écouter les besoins et les préoccupations du client, et pour renforcer la relation commerciale.

☞ *Exemple : Exemple de suivi régulier*

Après la vente d'un logiciel à une entreprise, un représentant commercial prend contact avec le client une semaine après l'installation pour s'assurer que tout fonctionne correctement et pour offrir une formation supplémentaire si nécessaire. Il prend ensuite rendez-vous pour un suivi mensuel pour discuter des performances et des besoins éventuels du client.

fourniture de valeur ajoutée

Identifiez les besoins spécifiques de chaque client et offrez des conseils ou des ressources adaptés à leur situation.

Partagez des informations pertinentes sur les tendances du marché, les meilleures pratiques de l'industrie ou les nouvelles technologies qui pourraient intéresser le client.

Organisez des événements éducatifs ou des webinaires pour fournir une valeur ajoutée supplémentaire et renforcer la relation.

☞ *Exemple : Exemple de fourniture de valeur ajoutée*

Une entreprise de design d'intérieur envoie régulièrement à ses clients des bulletins d'information contenant des conseils de décoration, des idées inspirantes et des promotions exclusives sur de nouveaux produits. Ces ressources supplémentaires aident à maintenir l'engagement des clients et à renforcer la relation.

Gestion proactive des problèmes

Anticipez les problèmes potentiels en identifiant les points de friction dès le départ et en prenant des mesures pour les résoudre rapidement.

Écoutez attentivement les préoccupations du client et prenez des mesures immédiates pour résoudre les problèmes de manière professionnelle et efficace.

Impliquez les membres de votre équipe appropriés pour résoudre les problèmes de manière collaborative et transparente.

☞ *Exemple : Exemple de gestion proactive des problèmes*

Un client signale un problème technique avec un produit qu'il a acheté. L'équipe de support client de l'entreprise réagit rapidement en envoyant un technicien pour résoudre le problème sur site et en offrant une réduction sur les services futurs en guise de geste commercial.

Demande de commentaires

Utilisez des sondages de satisfaction, des évaluations en ligne ou des entretiens personnalisés pour recueillir les commentaires des clients sur leur expérience avec votre entreprise.

Posez des questions ouvertes pour encourager les clients à partager des informations détaillées sur ce qui a bien fonctionné et ce qui pourrait être amélioré.

Utilisez ces commentaires pour identifier les tendances, les domaines à améliorer et les opportunités de croissance.



Exemple : Exemple de demande de commentaires

Après avoir fourni un service de consultation en marketing à un client, l'entreprise envoie une enquête de satisfaction par e-mail pour recueillir des commentaires sur l'expérience du client. Ils utilisent ensuite ces commentaires pour apporter des améliorations à leurs processus et offrir un meilleur service à l'avenir.

Programme de fidélité

Développez des programmes de fidélité attrayants qui récompensent les clients pour leurs achats récurrents, leur engagement avec votre marque et

leur advocacy.

Offrez des récompenses spéciales, des avantages exclusifs ou des remises en fonction du niveau d'engagement du client avec votre programme de

fidélité.

Utilisez des communications ciblées pour promouvoir les avantages du programme de fidélité et encourager les clients à y adhérer.



Exemple : Exemples de programmes de fidélité

Un café lance un programme de fidélité où les clients gagnent des points pour chaque achat de café. Une fois qu'ils ont accumulé un certain nombre de points, ils peuvent les échanger contre une boisson gratuite ou d'autres récompenses spéciales.

3. Exercice

Quelle est l'action la plus importante à entreprendre après la conclusion d'une négociation pour garantir la mise en œuvre efficace de l'accord ?

- Adopter des programmes de fidélité
- Ne plus communiquer avec l'autre partie pour éviter d'éventuels conflits
- Annuler les réunions de suivis pour éviter toutes préoccupations
- déléguer l'ensemble des responsabilités à une autre équipe sans les documenter sur le contexte