



*Savoir vendre et négocier est très important dans le monde qui ne vit que par les rapports d'argent et biens matériels...*



*Philippe Hodiquet*

2

# PRINCIPES DE NÉGOCIATIONS

***E.D.N***  
***École Des Négociateurs***



« *Savoir vendre et négocier est très important dans le monde qui ne vit que par les rapports d'argent et biens matériels...* »

*Philippe Rodiquet*

2

## **PRINCIPES DE NÉGOCIATIONS**

**E.D.N**  
**École Des Négociateurs**

<http://ecoledesnegociateurs.fr>

© 2015 Ecole de négociateurs

<http://ecoledesnegociateurs.fr>

**PRINCIPES  
DE BASE DE  
LA NÉGOCIATION**

Il existe deux types de négociation.

**1- celles qui sont préméditées.**

**2- celles qui sont spontanées.**

Dans le cas de celles qui sont spontanées la plus grande difficulté c'est le manque de préparation psychologique et technique. Ce qui fera votre grande force sera de rester calme. Être calme vous permettra de prendre du recul sur les objections et de voir les arguments de votre interlocuteur.

Il faut relativiser.

Si vous connaissez la personne avec laquelle vous allez négocier, soyez très attentif à la laisser s'exprimer. Vous y aurez deux bénéfices. Le premier c'est que cela vous laisse le temps de construire votre réponse. Le deuxième c'est que très souvent pour ne pas dire tout le temps, lorsque les gens s'expriment ils en disent toujours beaucoup trop.



Grâce à cet aspect de la nature humaine, il est fréquent que votre interlocuteur vous dévoile inconsciemment le raisonnement qui l'amène à vous proposer, voir imposer un argument. Les mots prononcés par votre interlocuteur ne sont pas essentiels.

Ce qui est essentiel c'est son mode de raisonnement.

Je vais vous décrire un exemple : vous négociez ou vous vendez à titre d'exemple un véhicule d'occasion

à une personne que vous connaissez. Vous savez que cette personne fait partie des gens qui ne sont, non pas économes, mais carrément radins.

Le montant de la transaction sera pour cette personne très important. Elle risque même de ne se focaliser, que, sur cet aspect qui est un aspect global la voiture coûte 5000 € et non pas sur la valeur réelle du véhicule.

La solution est très simple : imaginons que cette personne qui acquiert votre voiture d'occasion que vous proposez 5000 €, elle, souhaiterait l'obtenir pour 4000 €, Vous êtes faces un dilemme, car son seul objectif conscient est de ne payer que 4000 €.

Avant de lui imposer votre prix, démontrez-lui **en premier** tous les bénéfices qu'elle va pouvoir en tirer au quotidien.

Son entretien, la place disponible, son confort, son état irréprochable, sa facilité de conduite, etc.

Redonnez-lui le prix du même véhicule neuf, et comparez l'utilisation.

Vous obtiendrez un premier levier d'argument vous permettant de situer votre prix de vente dans une fourchette haute.

Il est évident qu'instinctivement la réponse de votre acheteur pourrait être : *« oui, mais il y en a d'autres dans le même état à moins cher sur le marché »*. Vous aurez la facilité de répondre : *« je le sais, c'est vrai, mais la mienne, vous le connaissez parce que vous venez de la vérifier, elle est parfaite »*.



Vous constatez d'ailleurs le soin que je mets à l'entretenir.

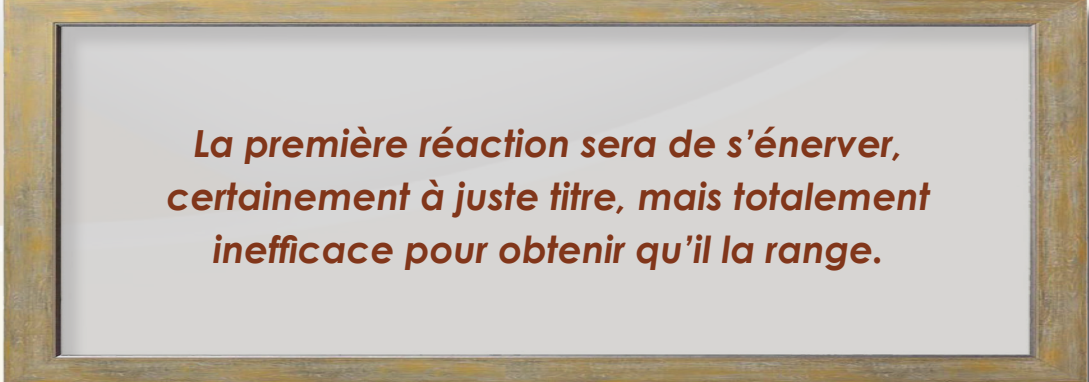
Ceci est bien évidemment un exemple, mais vous comprendrez mieux quelle est la logique appliquée.

Il est de même possible d'appliquer cette technique très simple au coeur d'une relation familiale ou amicale.

Imaginons, un état conflictuel entre un parent et son enfant. Imaginons toujours, le parent, qui veut que l'enfant range sa chambre.

La première réaction sera de s'énerver, certainement à juste titre, mais totalement inefficace pour obtenir qu'il la range.

Dans notre exemple parental, il est certainement possible de démontrer à l'enfant les bénéfices qu'il aurait à ce que sa chambre soit rangée, mais attention nous parlons bien **des bénéfices pour l'enfant**, et non pas les bénéfices des parents.



*La première réaction sera de s'énerver, certainement à juste titre, mais totalement inefficace pour obtenir qu'il la range.*

Quel est l'objet très personnel qu'affectionne particulièrement l'enfant : imaginons sa manette PlayStation. Mettez en avant la facilité avec laquelle il pourra la récupérer pour jouer. Cela ne lui donnera certainement pas envie de la ranger, mais l'obligera peut-être à le faire.

Pour mettre en place cette méthode, il faut impérativement de l'empathie sincère et réelle qui permettra en s'intéressant à l'enfant de mieux faire correspondre vos besoins et son épanouissement.

Nous pourrions remplacer cette personne, cet enfant, par une entreprise.

Si au lieu de tenter de vendre un produit X à une société, mais que vous preniez la peine d'authentifier le véritable décideur ainsi

que les réels besoins de cette entreprise il sera très simple, de faire correspondre vos arguments s'ils sont sincères et respectueux avec les besoins de cette société.

La négociation spontanée demande par sa nature même d'avoir du recul pour ne pas se laisser envahir par l'émotionnel.

Cet aspect là à lui seul nécessite un e-book complet que j'aurai le plaisir d'écrire et de mettre à votre disposition.

Ayez une attitude différente et un comportement qui s'il est respectueux de l'autre, vous permettra facilement de conclure vos négociations ou ventes.

Et cela vous procurera certainement beaucoup plus de souplesse dans vos communications avec votre entourage.

*Philippe Hadiquet*