

Les relations tripartites : Comment piloter efficacement ses relations et développer ses ventes

Vendredi 30 mars 2012



Pour qui ?

Cette formation innovante et spécifique s'adresse à des personnes expérimentées. Elle est recommandée après les formations « Distributeurs et Grossistes » ou « Grands Comptes Utilisateurs ».

Elle s'adresse notamment aux directeurs de département food service, responsables grands comptes, comptes-clés.

Le champ large des relations tripartites concerne aussi : les responsables force de vente CHF ou développement des ventes, responsables marketing, chefs de produits, trade marketers, conseillers culinaires R&D.

Le programme

1. « Le jeu et les enjeux » : comprendre le contexte achat-vente-revente des 3 parties.

- Rappel des fondamentaux en CHF.
- Le jeu à 3 : découverte pédagogique du consensus au rapport de force.
- Les enjeux des 3 acteurs: industriels, distributeurs, grands utilisateurs.
- Les 3 grands schémas des relations tripartites dans les métiers de la CHF.

2. Préparer et mettre en œuvre l'approche des relations tripartites.

Découvrir une méthode en pas à pas pour :

- Evaluer et positionner une relation à 3.
- Définir les champs d'actions pertinents et leurs cibles (auprès de qui ?).
- Mettre au point stratégie et tactiques : les leviers clés d'activation.
- Définir un plan d'actions auprès d'un distributeur et d'un grand utilisateur, préparatoire à de bonnes négociations (comment ?).

Travaux en sous-groupes de mise en situation et d'activation des relations tripartites

- Exercices pédagogiques sur la méthode d'activation des relations tripartites avec restitutions et échanges.

Intervention d'un Distributeur ou Grand Compte

et déjeuner en sa compagnie.

3. Conditions commerciales : comment les monter et les activer de façon efficace ?

- Rappel des fondamentaux : CGV, cadre légal en place, l'achat-vente...
- Structurer ses conditions commerciales et les rendre applicables aux 3 grands schémas des relations tripartites.
- Activer et piloter ses relations tripartites via la chaîne de valeur globale : mieux comprendre les gains de valeur ajoutée recherchés par chacun et dynamiser l'application de ses conditions commerciales dans ce cadre.
- Exercice pédagogique sur la chaîne de valeur.

Bénéfices pour les participants

- Comprendre et se situer dans une relation tripartite : logiques, stratégie, tactiques, leviers.
- Découvrir une méthode et mettre en œuvre une démarche opérationnelle marketing/vente, adaptée à nos métiers.
- Rencontrer un acteur-témoin grand utilisateur ou grand distributeur du marché.
- S'enrichir au contact d'autres participants grâce à une pédagogie participative et conviviale.

Durée de la formation

1 journée.

Intervenant

Eric NARDIN, GPS2

Coût de la formation

Tarif membre : 655 €HT - 783,38 €TTC
Tarif non membre : 975 €HT - 1.166,10 €TTC