

**ECOLE DES HAUTES ETUDES COMMERCIALES
- BOUALEM OUSSEDIK -**

Module : les fondamentaux de la négociation

Niveau : 2^{ème} Année Master

Spécialité : Supply Chain Management

L'enseignante : Dr N. MESSAOUDI



L'année académique:2018/2019

Semestre : 2

Date : 04/07/2019

Durée : 1 heure 30 minutes

CORRIGE TYPE

Exercice 1 (6 points) Vous faites partie d'une équipe marketing qui négocie avec un client potentiel l'achat d'un système robotique pour sa chaine de montage. Le client mise sur « la stratégie de négociation réfléchie » (R.Fisher et W.Ury). Quelle serait votre riposte à cette stratégie ?

Dans ce cas précis, je vais riposter en respectant quatre règles :

- **Séparer les gens du problème** : régler les enjeux de la négociation en fonction des personnalités en présence plutôt que des intérêts des parties peut engendrer une négociation inefficace. Ecouter activement, comprendre ce qui est dit, communiquer au sujet des problèmes plutôt que des faiblesses des adversaires et aborder directement les intérêts en jeu améliorera les chances d'obtenir une solution satisfaisante.
- **Se centrer sur les intérêts et non sur les positions** : une position de négociation pourrait consister à vouloir infliger une dure pénalité pour un délai de livraison, alors que l'intérêt d'une partie est de maintenir un flux continue de matières premières. Il existe plusieurs positions possibles qui pourraient satisfaire un même intérêt.
- **Inventer des options qui pourraient permettre un gain mutuel** : rechercher les moyens d'avoir une tarte plus grosse plutôt que d'argumenter sur la taille des pointes de tarte.
- **Insister sur les critères objectifs** : un tel critère objectif pourrait être la valeur marchande, les prix des concurrents, l'indice de prix de gros, les prix de remplacement, etc.

Exercice 2 (6 points). Vous vendez un encart publicitaire à un commerçant de votre ville. Repérez les signaux d'achat émis par le client vous indiquant qu'il est temps de conclure.

Le client	Le signal d'achat et analyse
Ce qui est bien par rapport au quotidien, c'est que ma publicité va durer une semaine.	Comparaison à l'avantage de votre offre.
Je pourrai mettre une photo d'une de nos réalisations.	Attitude favorable du client à l'égard de l'offre proposée.
Vous m'offrez la couleur pour cet encart ?	Recherche d'un avantage supplémentaire.
Je vérifie auprès de mon collègue que cela lui convient aussi.	Appel à un tiers (conseiller, prescripteur, financier, etc.)
Sous quelle forme faites-vous parvenir les bons à tirer ?	Question sur un point de détail.
Et pour les délais de paiement ? Pourrai-je payer à 30 jours après parution ?	Question sur les conditions de vente.

Exercice 3 (08 points)

Un responsable d'une agence bancaire négocie l'achat d'un système qui se place sous les ordinateurs et qui contrôle l'ensemble des postes à partir du poste maître.

2

	La négociation	Analyse /proposition(s)
Client	C'est extrêmement cher ! Pour un tel prix je préfère investir dans le recrutement d'un contrôleur.	Le client pense à un produit de substitution.
Vendeur	Un contrôleur vous assure-t-il l'attention de tous ? Vous n'empêchez pas un ou deux salariés de ne pas se conformer à la procédure, tandis ce système, lui, supervise l'ensemble des postes ! Votre objectif n'est-il pas l'efficacité de votre service en priorité ?	Le vendeur utilise la relativité. Les « plus » de sa solution. Le vendeur peut répondre comme suit : Qu'est-ce qui vous fait dire cela ?
Client	Tout à fait, mais l'efficacité passe aussi par une bonne gestion des coûts.	L'objection persiste. La vraie raison n'est pas trouvée.
Vendeur	Oui, mais là c'est un investissement qui va vous permettre une meilleure efficacité du personnel en agence et donc une meilleure fidélisation de votre clientèle !	Le vendeur peut toujours recourir à la relativité. Il peut répondre comme suit : Avez-vous calculé les gains que vous pourrez dégager grâce à cet investissement ?
Client	10 postes, ce n'est pas rien, nous avons d'autres projets ; qu'est-ce que vous pouvez nous faire comme propositions sur ce montant ?	Il est clair que le client veut une remise. Pourquoi ?
Vendeur	C'est un équipement quasi minimum pour ce type de produits, donc c'est difficilement négociable... Bon, maintenant vous me parlez de projets ? A quelle échéance ?	Questionnement pour approfondir.
Client	Notre banque se porte bien, je pense que nous équiperons une deuxième agence dans les 6 mois.	Le client insiste sur ses atouts : -Il est solvable ; -il va passer une deuxième commande.
Vendeur	Alors ce que je vous propose, c'est de vous accorder à la signature, pour la seconde agence, une remise de 5% qui sera rétroactive sur l'ensemble des deux commandes ; qu'est-ce que vous en pensez ?	Le vendeur n'accorde pas de remise tant qu'il n'a pas l'assurance d'équiper une deuxième agence.
Client	J'en pense que ce n'est pas beaucoup ! De toute façon, je ne peux pas dépasser le budget de l'année en cours !	Le client vient d'exprimer la vraie raison de son objection.
Vendeur	Ce que je peux faire, c'est vous facturer la moitié en juillet donc sur le budget en cours et l'autre moitié en janvier, sur le budget de l'année prochaine.	Après avoir compris la vraie raison qui anime le client, le vendeur a minimisé le coût en proposant l'étalement de l'investissement sur deux budgets : Que pensez-vous d'un paiement échelonné ?
Client	Cela me paraît déjà plus acceptable.	Un signal de conclusion de la négociation.

T.A.F. Quelles sont les **objections soulevées par le client**. En tant que **négociateur averti**, analysez les **objections** ainsi que les **réponses aux objections**. Ensuite, faites des **propositions** qui vous semblent **pertinentes**.

Bon courage / N. MESSAOUDI