

# ECOLE DES HAUTES ETUDES COMMERCIALES - BOUALEM OUSSEDIK -

**Module** : les fondamentaux de la négociation

**Niveau** : 2<sup>ème</sup> Année Master

**Spécialité** : Marketing & Distribution

**Groupes** : 1 et 2 des deux spécialités



**L'année académique** : 2016/2017

**Semestre** : 2

**Date** : 18/05/2017

**Durée** : 1 heure 30 minutes

## Corrigé type

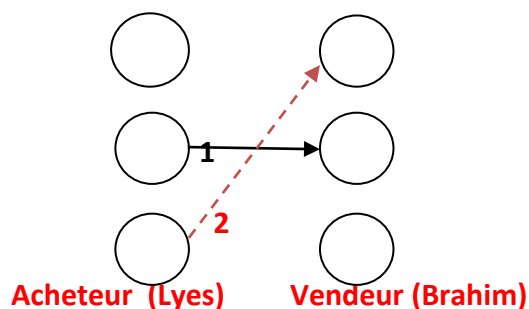
### Exercice 1

Attitude client	Canal de communication privilégié	Adaptation du Commercial
« <i>J'ai entendu dire que vos produits sont plutôt chers</i> » (1.5 points)	Auditif	« Qu'entendez-vous par cher ? Nos prix répondent à un niveau de qualité qui parle de lui-même »
« <i>Les chaises sont-elles robustes ?</i> » (1.5 points)	Cénesthésique	« Le bois est traité pour résister aux chocs. Prenez cet échantillon en mains et testez vous-même »
« <i>Je n'aime pas le mobilier tape-à-l'œil</i> » (1.5 points)	Visuel	« Je vois ce que vous voulez dire. Regardons ensemble les lignes de produits, cette ligne-là est sobre... »

### Exercice 2

**Q1.** Les transactions engagées dans cette situation (PAE) ? justifiez

1/L'état du moi Enfant de l'acheteur interpelle l'état du moi parent du vendeur. Sous couvert d'un discours rationnel de sa vie et ses activités, l'acheteur demande de l'écoute parentale dominante. Il emploie un ton séducteur. L'Enfant de l'acheteur exploite la situation privilégiée qu'il occupe en sachant qu'en dernière instance, c'est lui qui décide de signer ou non le contrat.



1. Transaction apparente : A → A. Transaction commerciale B2G.
2. Transaction cachée : E → P. Je veux que tu t'intéresses à moi. J'ai envie que tu m'écoutes. N'importe comment, je te tiens puisque tu as besoin de ma signature.

Le vendeur juge la situation délicate. Il veut garder le client. Il sent qu'il n'a pas intérêt à rompre brutalement la relation en rappelant ses impératifs horaires. Il a peur de froisser son client. L'acheteur le persécute avec ses plaintes continuelles.

**Q2.** Dans un premier temps, il s'avère utile de reconnaître la présence des deux transactions et de les aborder avec lucidité. L'acheteur espère un bénéfice affectif. Le vendeur doit exprimer les sentiments réels de plaisir et d'intérêt et refuser la manipulation de l'acheteur. Dès lors, exprimer le souhait d'une reprise des échanges positifs avec les sentiments réels, lors de la prochaine rencontre, implique que ce type de relation n'est pas clos entre les deux personnes. Enfin, inviter le partenaire à traiter la tâche liée aux objectifs. La relation se professionnalise sur les bases d'une transaction Adulte-Adulte en rappelant les contraintes de temps (le réel).

### Exercice 3

Au préalable, il faut mener les actions suivantes :

1. S'agit-il d'une objection vraie ?
2. Reformuler l'objection ;
3. Questionner pour la faire préciser ;
4. Réfuter.

Objection	Arguments
<b>I. Une piscine prête à monter ne peut pas être de bonne qualité</b>	-système exclusif et breveté; -qualité des matériaux.
<b>II. Une piscine n'est utilisée que quelques mois dans l'année</b>	-plusieurs années; -Autonomie et intimité.
<b>III. Peur de ne pas savoir la monter</b>	-aides techniques : fiches techniques ; -facilité de pose.
<b>IV. Pas le temps de la monter</b>	-Possibilité de s'adresser à un artisan; -Proposer des services payants; -revenir sur la rapidité de pose.
<b>V. Investissement coûteux</b>	-Plaisir convivial ; - Moins chère qu'une piscine traditionnelle.

#### Exercice 4

Caractéristiques	Avantages	Preuves
<p>Le marché de la botte de sécurité</p> <p><b>Porteur</b></p>	En terme de CA	Industrie demanderesse
<p>L'entreprise SECURE</p> <p><b>Notoriété</b></p> <p><b>Image de marque</b></p> <p><b>Stratégie d'innovation</b></p>	<p>Sécurité</p> <p>Qualité</p> <p>Leader</p>	PdM
<p>La botte forestière</p> <p><b>PVC</b></p> <p><b>Poids ultra-léger</b></p>	<p>Nouveauté</p> <p>Plus de confort</p> <p>Moins de fatigue</p> <p>Résistance aux chocs à l'écrasement</p>	<p>1ère botte 2.3 Kg au lieu de 3.5 Kg</p> <p>Référentiel ISO</p> <p>Tests de protection</p>
<p><b>Prix adapté</b></p>	Selon le client : professionnel, particulier	<p>5000 DZD revendeurs</p> <p>10 000 DZD prix public.</p>