



**Jeudi 25 Mars 2004 - 8<sup>ème</sup> de Finale**  
**15<sup>ème</sup> Challenge de Négociation Commerciale**  
**LES NEGOCIALES**

**CAS ACHETEUR**

Vous êtes un Manager de rayon alimentaire d'un hypermarché CORA.

Votre point de vente, leader sur sa zone de chalandise est réputé pour la profondeur de ses assortiments. Son choix en fournisseurs nationaux est optimum. Il est complété dans votre magasin pour des gammes très larges en produits issus de notre terroir régional.

Cette stratégie d'assortiment est l'un des axes forts de votre différenciation.

Pour favoriser le repérage visuel et la commercialisation de ces articles, votre enseigne a créé et déposé un logo « La Lorraine comme on l'aime ».

Ce pancartage est repris en magasin dans les linéaires et au sol, pour matérialiser l'emplacement des produits lorrains.

Une fois par an, vous organisez une grosse opération commerciale à l'entrée du magasin, où vous exposez sur 400 m<sup>2</sup>, l'ensemble des produits agroalimentaires lorrains, avec des stands d'animation des fournisseurs concernés. Cette opération est relayée par un catalogue réalisé par votre point de vente.

Pour compléter votre assortiment actuel, vous êtes à la recherche d'un nouveau partenaire. Vous avez contacté la « Ferme auberge du Colombier » (55) qui possède un atelier de fabrication artisanale des produits issus de leur production.

Votre objectif n'est pas de négocier avec ce type de fournisseurs des conditions financières mais de construire avec lui, un vrai partenariat gagnant/gagnant toute l'année et d'imaginer ensemble, comment valoriser à la fois son linéaire permanent et l'élaboration de l'opération de mise en avant dans votre allée centrale.