



**Vendredi 26 Mars 2004 – 1/2 Finale**  
**15<sup>ème</sup> Challenge de Négociation Commerciale**

**LES NEGOCIALES**

**CAS ACHETEUR**

Vous êtes M. ou Mme NICOLAS, Directeur Marketing et des Achats de la chaîne « 1,2,3, Bougez » leader de la remise en forme avec 25 salles en France et 10 nouveaux complexes dans les 3 années à venir.

Vous avez rendez-vous pour un 1<sup>er</sup> contact avec une personne de Coca-Cola Entreprise.

**Présentation de la chaîne « 1,2,3, Bougez »**

**1. Le concept**

- Club de forme et de bien-être à proximité du domicile ou du lieu de travail.
- Offre souple et variée, cadre agréable, une équipe de professionnels compétente et ouverte.
- Un suivi personnalisé à partir d'un bilan de condition physique réalisé par un conseiller sportif.

**2. La cible**

- Sportif confirmé, dilettante affirmé, jeune maman, businessman pressé, retraité heureux....
- Bouger, entretenir sa forme, se relaxer, la notion de forme au-delà des seules activités sportives et préoccupations d'esthétique physique comprend la santé et le bien-être.

**3. L'offre « 1,2,3 Bougez »**

- Sur une surface moyenne de 1.000 m<sup>2</sup>, le club propose une trentaine d'activités différentes réparties entre plusieurs espaces.

*Cardio-training, musculation, cours collectifs par niveau, piscine, bains bouillonnants, espace enfant, espace soin, espace raquette, espace bronzage, carte pass nationale....*

**4. Le profil de l'acheteur**

- Homme ou femme plutôt froid et distant.
- Rigoureux, vous aimez les accords écrits.
- Peu enclin à décider impulsivement.
- Très sollicité.
- Volonté de centraliser les achats mais soucieux de respecter l'autonomie des centres franchisés.



### **5. Les exigences de l'acheteur**

- Un budget de 1.000 € par point de vente sans tenir compte du nombre de référence.
- Une remise arrière de 3.000 € minimum soit 120 € par point de vente existant.
- Un budget de 300 € par semaine de 7 jours pour 70 spots de 35 secondes sur la radio interne « *Fitness Fréquence* »
- Mise en place d'une carte de fidélité :  
10 boissons achetées = 1 séance UV offerte avec une participation de Coca-Cola Entreprise en donnant du gratuit.

### **6. Objections facultatives de l'acheteur**

- Ne connaît pas le produit Powerade.
- Veut faire jouer la concurrence.
- Les consommateurs boivent ce que « 1,2,3 Bougez » propose.
- N'attend rien de Coca-Cola Entreprise.
- Absence d'eau minérale dans l'assortiment.