



**Jeudi 22 Mars 2007 – 1/8<sup>ème</sup> de Finale**  
**18<sup>ème</sup> Challenge de Négociation Commerciale**  
**LES NÉGOCIALES**

**CAS ACHETEUR**

Vous êtes **adjoint du Manager Jardin** au magasin LMA de Nancy, surface de grande distribution. Agé de 40 ans, vous avez 10 d'ancienneté sur ce rayon que vous connaissez par cœur. Vous travaillez avec une équipe de 4 conseillers de vente ayant une ancienneté moyenne de 4 ans et votre responsable qui lui, n'est là que depuis 6 mois.

Vous avez **RV avec ce dernier pour échanger quant à la future opération Jardin** qui est LE RV commerce du rayon à ne pas rater. Pour cette opération qui a lieu dans 2 mois, vous bénéficiez comme d'habitude, du principal podium d'entrée du magasin et d'un tract distribué de manière massive dans les boîtes aux lettres sur votre zone de chalandise

Comme vous êtes Adjoint et que vous avez de l'expérience, votre responsable compte sur cet échange avec vous pour optimiser ensemble l'opération. Pour mieux préparer ce RV, il vous confie le planning horaire des équipes lors de l'opération de l'année dernière et la liste des produits engagés alors ainsi qu'un comparatif avec le magasin leader sur cette opération, ceci, comme bases de travail.

Vous comprenez rapidement **que votre responsable cherchera à vous convaincre de certains changements** (évolution différente des engagements, planning horaires, autres nouveautés...). Etant donnée votre expérience, vous pensez que cette opération est déjà bien rodée. Vous remarquez tout de même au travers des analyses données qu'il y a éventuellement des points d'amélioration **mais n'êtes pas vraiment un adepte des changements**.

Quelques informations sur l'opération :

**Durée de l'opération commerciale : 4 semaines**

**Objectif CA sur cette opération : 160.000 euros**

**Objectif marge sur vente : 19 %**

Informations de l'opération commerciale de l'année précédente (magasin concerné – A-, magasin leader –B-) :

	A	B
CA	120.000 euros	150.000 euros
Marge sur vente	14 %	18 %

Liste des principaux produits mis en avant sur le podium (Cf. annexe 1)

Plannings des équipes (Cf. annexes 2A et 2B)



## Votre rôle

Tout dépend de la façon dont va s'y prendre le responsable :

S'il prend le temps de vous écouter quant à l'opération N-1 : ses réussites, ses difficultés, qu'il s'appuie sur vos dires en vous proposant en parallèle des changements pour améliorer ces points, vous serez facilement amené à coopérer et apporterez même d'autres bonnes idées.

S'il se lance directement dans la « vente » de son plan d'action, vous pourrez exprimer vos objections (en vous appuyant notamment sur votre expérience), s'il argumente bien chacun de ses changements en échangeant avec vous, vous coopterez au fur et à mesure

S'il se lance directement dans la « vente » de son plan d'action sans vraiment vous écouter et sans réellement argumenter, ne coopérer pas forcément..