

Globalización

FICHE DE NÉGOCIATION (page 180)

Sous-épreuve E52

Négociation vente en langue étrangère

Forme Ponctuelle/CCF

ÉPREUVE PONCTUELLE/CCF ORALE

CANDIDAT :

Nom :

Prénom(s) :

Matricule :

Date :

Matin

Après midi

Commission n°:

40 minutes : Simulation 15 minutes maximum et Entretien 25 minutes maximum

NÉGOCIATION

1. Présentation de l'offre commerciale construite

1.1 Nom, fonctions et nationalité du client

Directores de ventas de los distribuidores por regiones españolas de los productos Michelin.

1.2 Entreprise et secteur d'activité :

Michelin es una multinacional que se dedica a la elaboración y venta de neumáticos entre otros. Está presente en casi todo el mundo y goza de gran prestigio por la calidad de sus acabados y la resistencia al desgaste de sus neumáticos. Está presente en la Fórmula 1.

1.3 Moyen de contact (téléphone, rencontre sur un salon...)

El director de Márketing ha contactado personalmente por teléfono a cada uno de los grandes distribuidores que tiene Michelin en España.

2. Définition et préparation des points négociables

2.1 Besoin(s) exprimé(s) décrit(s) succinctement

Michelin invita a los distribuidores españoles de sus productos para mostrar su primicia mundial: un neumático que no se pincha. Deben prepararse los descuentos especiales a partir de unas cantidades establecidas previamente.

2.2 Contraintes signalées (délais, modes de transport à respecter...)

Producto caro por su exclusividad y alto grado de investigación invertida para llegar a poder contar con un neumático que no se pincha.

3. Présentation de l'offre commerciale construite

Presenta el neumático que no se pincha, la idea no es que una vez pinchado pueda seguir circulando hasta ser sustituido, sino que mantenga sus características a pesar de tener un enorme clavo atravesándolo.

Para ello están realizados con un compuesto de goma específico que tapa de forma inmediata los agujeros que se producen en su banda de rodadura. Según la marca, esta tecnología mantiene intactas todas las características del neumático, como la duración o el consumo de combustible.

4. Risques commerciaux et politiques

4.1 Prise en compte des règles culturelles et éthiques

Un contexto económico adverso por la crisis que ya dura desde hace cinco años. El precio puede ser un riesgo importante.

4.2 Conséquences de différences éventuelles en termes de coûts, dates limites et risques

La distribución se hará de forma paulatina y lenta por lo que puede haber un tiempo de espera desde que se hacen los pedidos.

5. Proposition d'une solution adaptée

Empezar con descuentos a pesar de la exclusividad del producto para paliar en parte la gravedad de la crisis económica.