

Nuevas tecnologías

FICHE DE NÉGOCIATION (page 224)

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

Alberto Jerez Morcillo, jubilado de la ciudad de Lima en Perú.

1.2 Entreprise et secteur d'activité

Se trata de una subcontrata de la multinacional Telefónica que vende sus productos y por los que recibe un porcentaje de la facturación producida por sus clientes. Actúa en Lima capital y dispone de una red de comerciales.

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

Uno de los comerciales de la subcontrata de Telefónica hace el puerta a puerta ofreciendo Movistar Fusión.

2. Définition et préparation des points négociables

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

En los últimos meses gran cantidad de clientes se han pasado a la competencia al ofrecer un paquete de telefonía fija y portátil a precios reducidos.

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

La gran cantidad de antiguos clientes que se han pasado a la competencia demanda muchos comerciales y una gran inversión. Una persona mayor como Alberto Jerez, jubilado, necesita más tiempo para asimilar las cosas.

3. Présentation de l'offre commerciale construite

Fijo, móvil e internet juntos a unos precios comparables a la competencia pero con un servicio mejor ya que se dan más minutos de conexión y más megas de bajada. Asimismo, una reducción sustancial de la factura en los próximos 12 meses, y un sistema de acumulación de puntos para poder beneficiarse de rebajas y regalos.

4. Risques commerciaux et politiques

4.1 Prise en compte des règles culturelles et éthiques

Es un barrio tradicional al que le cuesta cambiar y los vecinos no están muy familiarizados con las nuevas tecnologías.

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

Los descuentos agresivos puede que se vuelvan en contra y terminen no siendo tan rentables como se piensa.

5. Proposition d'une solution adaptée

Los comerciales dedicarán más tiempo y recursos a este barrio. Se opta también por contactar clientes por teléfono para tomar citas previas y no generar el rechazo que muchas veces se experimenta al hacer puerta a puerta.