

Marcas

FICHE DE NÉGOCIATION (page 92)

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

Juan Preciado Limpio , responsable del departamento de compras, de la cadena de tiendas Bodybell. www.bodybell.com

1.2 Entreprise et secteur d'activité

Jabones La Toja es una empresa gallega especializada en cosmética. Acaba de lanzar una nueva línea de jabones que tienen componentes antiedad y son rejuvenecedores. Es una empresa con más de un siglo de historia y es muy conocida por su línea de jabones y geles de ducha.

www.latoja.com

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

El director de Ventas de Jabones La Toja va a la sede de Bodybell en Madrid para hacer una demostración de la nueva línea de jabones.

2. Définition et préparation des points négociables

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

Bodybell necesita incorporar nuevos productos que los diferencien de la competencia y desean contar con productos en exclusividad.

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

La petición de exclusividad puede poner en riesgo, de no cumplirse las expectativas de ventas, la línea de jabones.

3. Présentation de l'offre commerciale construite

La oferta de lanzamiento contaría con un descuento del 20% que absorbería completamente Jabones La Toja. La publicidad con stands en las tiendas y el regalo de muestras durante la campaña de lanzamiento también correría a cargo de Jabones La Toja. Se encargaría igualmente de formación de los empleados dedicados a la venta de sus jabones.

4. Risques commerciaux et politiques

4.1 Prise en compte des règles culturelles et éthiques

El cliente no asocia a Jabones La Toja con productos de alto valor añadido como la nueva línea propuesta. Su sector ha estado tradicionalmente en productos de menos calidad.

Los precios son, por tanto, más elevados que los que normalmente ofrece.

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

La expansión se haría de forma gradual llegando poco a poco a todos los establecimientos. La campaña al principio, por tanto, se centraría en las tiendas de más venta.

5. Proposition d'une solution adaptée

Jabones La Toja se compromete a hacer una campaña publicitaria más larga de la habitual para que el cliente vaya asociando poco a poco la marca a productos más caros.