

Agnès Decool
Emilie Rogier

I. Contexte de négociation

Agence: concurrence forte

Prestataire: concurrence forte, économie en crise

Situation de vente: face à face

Lieu de négociation: au sein de l'établissement de radio

Ambiance de négociation: amical

Acteurs: Le chef de projet et le commercial

II. Les enjeux de la négociation

Agence :

- Institutionnels: Etre reconnu par le client, image de marque, attractivité, différenciation
- Personnels: Image, reconnaissance

Prestataire :

- institutionnels : Développer d'autre contrats
- personnels : Réussir sa négociation

III. Les objets de la négociation

- 1- prix
- 2-deux propositions
- 3- delais
- 4- qualité

IV. Les acteurs de la négociation

Chef de projet: Explique son prix et fais des concessions. Il est considéré d'égal à égal avec le commercial

Commerciale: Explique son prix et fais des concessions. Il est considéré d'égal à égal avec le commercial

V. La marge de manoeuvre

Agence: hypothèse haute: 17 000€, hypothèse basse: 13 000 €

Commercial: Hypothèse haute: 20 000€ hypothèse basse 15 000 €

VI- Le champs de négociation

Hypothèse haute: 17 000€

Hypothese basse: 15 000 €