

-L'agence de communication explique qu'elle a contacté la radio, et rencontre son responsable commercial pour avoir un spot de 30 secondes aux horaires de 7h à 8 h, tous les jours pendant une durée de 1 mois.

-La radio annonce alors un tarif de 20 000 € pour ces modalités.

-L'agence trouve cela trop cher et veut baisser à 13 000€.

-La radio ne veut pas baisser son tarif car les caractéristiques de la demande sont les plus demandées en raison de la forte audience à cet horaire. De plus la radio est une radio locale et ne peut pas se permettre de baisser autant ses tarifs.

-L'agence réfléchit et annonce que son maximum pourrait être de 15 000€ mais qu'elle ne pourrait pas monter plus.

-La radio fait alors un effort et propose de descendre ses prix à 18 000€, ce qui est encore trop cher pour l'agence. Elle va alors proposer pour un tarif de 16 000€, de changer les modalités et propose à l'agence de rester sur cet horaire mais de diminuer son spot à 20 sec, ou de garder le spot de 30 secondes mais de le déplacer sur la plage horaire de 9h à 10h.

-L'agence envisage les deux solutions et opte pour le changement d'horaire de 9h à 10h pour ne pas diminuer la qualité de son spot. En contrepartie elle demande à la radio si celle-ci peut élargir le contrat sur 2 mois, pour un budget de 32 000€.

-La radio accepte et propose un rendez-vous dans la semaine pour signer le contrat, après avoir récapitulé les modalités.