

NÉGOCIATION & PROSPECTION
BUT1

TD N°2

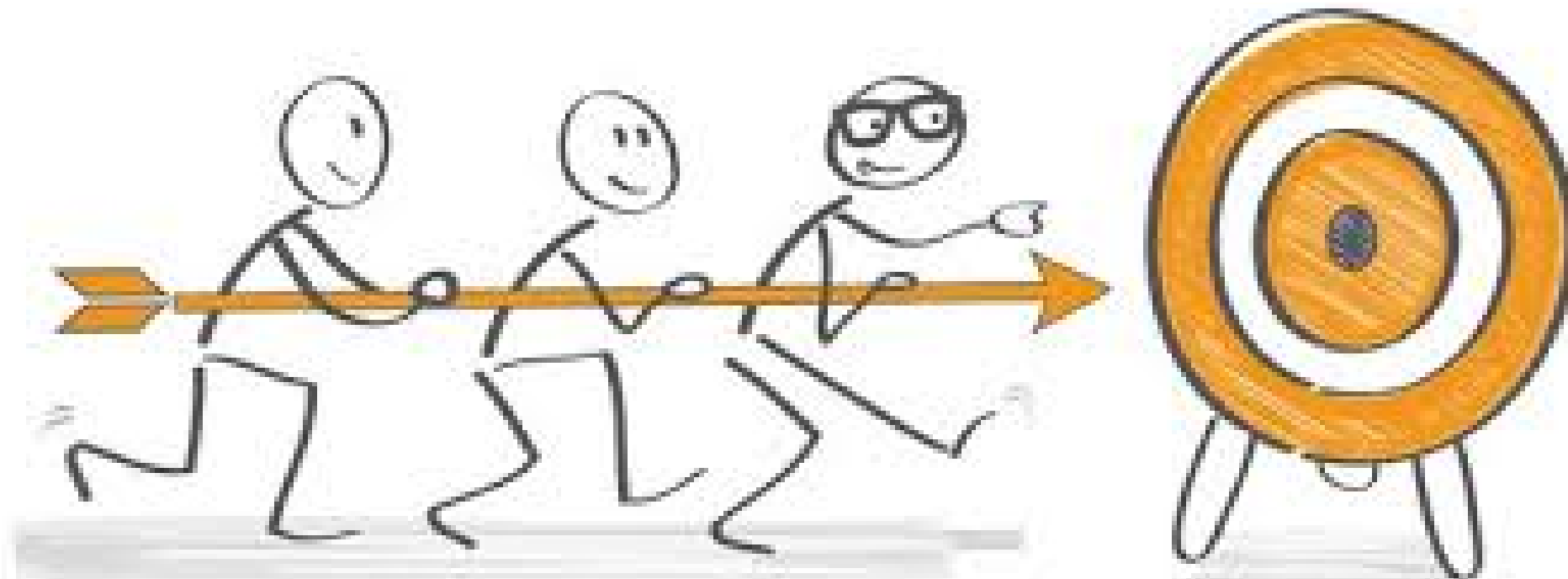
Présenté par:

WALID BERNAKI

walid.bernaki@univ-tours.fr

LES OBJECTIFS VISÉS :

- Formuler et prioriser les enjeux d'une négociation.
- Résoudre les problèmes des relations initiales lors de la phase de l'amorce des négociations, plus particulièrement celui de l'hostilité initiale.
- Résoudre les problèmes découlant de la formulation d'un objectif commun d'une négociation.
- Résoudre les problèmes cognitifs lors de la phase de recherche de solutions, plus particulièrement celui du phénomène de l'ancrage.
- Intégrer des stratégies de création de valeur dans le processus de négociation.
- Choisir une stratégie intégrative appropriée à une situation de négociation



CONTEXTE:

Red Bull

Red Bull est leader mondial des boissons énergétiques.

L'entreprise lance une nouvelle gamme :

Red Bull Natural Boost

- 30 % moins sucrée
- Ingrédients d'origine naturelle
- Positionnement premium
- Prix consommateur conseillé : 2,49€

Carrefour

- Réduit ses références (-10 % en 2 ans)
- Développe sa MDD bio
- Exige une rotation minimum par mètre linéaire
- Forte pression sur les marges

Le rayon boissons énergétiques est saturé.



ENJEUX:

Pour Red Bull :

- Obtenir référencement national + visibilité (tête de gondole 4 semaines).
- Maintenir son image premium.
- Accéder aux données consommateurs pour affiner sa stratégie.

Pour Carrefour :

- Maximiser la marge par mètre linéaire.
- Minimiser le risque d'introduction d'un produit nouveau.
- Maintenir le contrôle sur l'espace et les conditions commerciales.



PROBLÉMATIQUE ET OBJECTIF:

Problématique :

Dans un contexte de rationalisation des assortiments et de pression sur les prix, comment Red Bull peut-il convaincre Carrefour d'accorder un référencement national et une mise en avant stratégique à sa nouvelle gamme Natural Boost ?

- Analyser le pouvoir de négociation
- Identifier les leviers et concessions
- Construire une stratégie gagnant-gagnant
- Simuler une négociation réaliste fournisseur – distributeur

POINTS CLÉS AVANT LA NÉGOCIATION:

1. Pouvoir relatif:

- o Red Bull = marque forte, notoriété, produit différencié
- o Carrefour = contrôle du linéaire, MDD, pression sur prix

2. Tensions possibles:

- o Prix d'achat et remise sur volume
- o Budget promotionnel
- o Test régional vs déploiement national
- o Exclusivité et visibilité en rayon

3. Variables négociables:

- o Remise et volume
- o Mise en avant (tête de gondole)
- o Campagne digitale co-financée
- o Durée d'engagement

• **QUELS SONT LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES DE RED BULL DANS CETTE SITUATION ?**

• **QUELS SONT LES OBJECTIFS ET LES INTÉRÊTS DE CARREFOUR DANS CETTE NÉGOCIATION ?**

ORGANISATION DE TRAVAIL:

GROUPE A: RED BULL

A. Analyse stratégique

- Quel est votre pouvoir de négociation ?
- Quels sont vos arguments différenciants ?
- Quels sont vos risques ?

B. Préparation négociation

- Définir votre objectif idéal
- Définir votre objectif minimal acceptable
- Identifier vos concessions possibles
- Déterminer votre BATNA

C. Argumentaire à préparer

- Performance de la marque
- Apport trafic en magasin
- Potentiel du segment healthy



ORGANISATION DE TRAVAIL:

GROUPE B: CARREFOUR

A. Analyse stratégique

- Quel est votre levier de pouvoir ?
- Êtes-vous dépendant de Red Bull ?
- Quelle est votre alternative ?

B. Préparation négociation

- Marge cible
- Conditions minimales
- Risque d'introduire le produit
- Impact sur la MDD

C. Argumentaire à préparer

- Pression concurrentielle
- Rentabilité au mètre linéaire
- Rationalisation assortiment

