Négociales : la rage de convaincre

Les onzièmes Négociales couronneront ce soir, au Palais des congrès de Nancy, le meilleur négociateur parmi 1.500 participants.

révision du dossier pour se mettre dans la peau du

Seule face au jury : l'instant de vérité.

Photos Pierre MATHIS

n situation de négo- commerciale des s, face à un jury de nnels, dans le cadre nd concours qui nte à un jeu de rôle: sprit des Négociales . Cette manifesta- cée il y a 10 ans, a . Il y a aujourd'hui ciales dans toute ce. Mais les ren- rganisées par l'IUT nagne, l'ICN, Pigier, la chambre nerce, l'ESICE et lisabeth au palais grès de Nancy, rintemps, demeure nce en la matière. *unes ont participé uves éliminatoires. présents pour les inales, à Nancy. ingts écoles se sont ées dans tout le d-est de la France. ons, par exemple, its de Sup de Co Reims »*, souligne obert, président de ion des Négociales, ne professeur et t.

négociateurs

nous aurons mobi- professionnels. viennent voir les situation, se plon- ger dans l'ambiance des Négociales et, parfois, recru- tent…»

Enthousiasme

Coup d'envoi, hier matin, dans le grand amphithéâtre du Palais des congrès. La tension est palpable. On dis- cute (un peu), on fume (trop). Les garçons ont pour la majorité opté pour le cos- tume, les filles pour le tailleur. Il s'agit de se mettre dans la peau du négociateur commercial. Pas toujours facile, quand on a 20 ans et qu'on n'a pas encore quitté les bancs de l'école ! Le pre- mier sujet tombe. Il est pro- posé par la société Eco Aqua, dont le métier consis- te à effectuer des diagnostics de consommation de l'eau pour mettre en place des solutions personnalisées d'économie et de traitement éventuel. *« C'est un super- sujet ! »*, lance Damien, de l'AFPA. Les deux jeunes femmes qui l'accompagnent ne pipent mot. Elles n'ont pas l'air de partager son enthousiasme…

Et c'est le début, face à un partenaire qui joue le rôle du client, sous l'œil averti d'une brochette de profes- sionnels, un jury invité à noter chaque candidat selon une grille préétablie. *« Est- ce que vous avez déjà cal- culé ce que vous coûte votre consommation d'eau ? »*, attaque le candidat, un rien fébrile. *« Pas si cher que ça, finalement »*, lance, fausse- ment désinvolte, l'acheteur. *« C'est ce que vous croyez ! On va faire le calcul. Vous prenez des bains ou des douches ? »* Le dialogue est amorcé. En quelques minutes, l'étudiant devra convaincre.

Ambiance électrique

Mais pas n'importe com- ment. Avec de vrais argu- ments. Dans le respect du client. Le vendeur façon *« je mets et un pied dans la porte et je vous force la main »*, c'est terminé. Aujourd'hui, il est de bon ton de consi- dérer l'acheteur comme un individu intelligent et res- ponsable. Les bateleurs de foire n'iront pas en finale. En revanche, les fins négo- ciateurs, ceux qui connais- sent leur dossier, qui font preuve de qualités humaines, d'une bonne apti- tude à la communication, ont toutes leurs chances.

La finale : le but des 300 candidats parvenus jusqu'aux épreuves nancéiennes. Ils ne seront plus que 5, ce soir, dans une ambiance qui promet d'être électrique. Entre-temps, ils auront planché sur des sujets pro- posés par Vedior Bis, Cora, Leclerc, L'Est Républicain, Troc de l'Ile et Renault. Le dernier dossier, étudié pour désigner le meilleur, a été concocté par Coca-Cola.

Ouverte gratuitement au public, la finale sera agré- mentée d'une démonstra- tion réalisée par des profes- sionnels. On verra alors si les élèves ont encore beau- coup à apprendre des maîtres.

Ludovic BASSAND

● Sur Internet : www.les- negociales.com.

Le stress est palpable avant le début des « affrontements ».