

28<sup>ème</sup> édition  
EM NORMANDIE  
CONCOURS DE NEGOCIATION

20 ET 21 MARS 2012



Dossier de presse

## **LE rendez-vous annuel de recrutement à ne pas manquer !**

Les 20 et 21 mars 2012, **150 étudiants de Master 2**, issus des plus Grandes Ecoles de Commerce françaises et de l'Université, ont rendez-vous avec des professionnels de la vente et du recrutement, pour tester leurs talents de négociateurs, dans le cadre prestigieux de l'Hôtel Normandy Barrière, à Deauville.

Bien plus qu'un traditionnel forum, il s'agit d'un véritable rendez-vous de recrutement : **en 2011, 1 étudiant sur 3 a obtenu un emploi à l'issue de ce concours**. Détecteurs de talents par excellence, **Canon, Danone, le Groupe Carrefour, Hilti, HP, Nestlé Purina, Oracle, Philip Morris S.A.S. France, la Société Générale et Whirlpool** sont ainsi devenus les fidèles partenaires de cette rencontre incontournable. Se joint cette année à leurs côtés, le groupe américain **Kraft Foods**, acteur majeur du secteur agroalimentaire.

### **Sommaire**

▪ <b>Le mot des organisateurs</b>	<b>Page 2</b>
▪ <b>Le contexte</b>	<b>Page 3</b>
▪ <b>Le Concours de Négociation</b>	<b>Page 4</b>
▪ <b>Ils vous livrent leurs expériences</b>	<b>Page 5</b>
▪ <b>Les Grandes Ecoles et universités participantes</b>	<b>Page 7</b>
▪ <b>Le programme</b>	<b>Page 7</b>

## LE MOT DES ORGANISATEURS

*« Dans un contexte de concurrence exacerbée et de tension sur le marché de l'emploi, la recherche de talents commerciaux constitue un enjeu majeur pour la plupart des entreprises.*

*Ancré dans le dispositif pédagogique de l'EM Normandie, le Concours de Négociation, original de par son format et son mode de sélection, représente bien plus qu'un « traditionnel » Forum. Véritable générateur d'emplois, ce concours offre l'opportunité aux entreprises internationales et aux jeunes talents en devenant de se rencontrer pour donner naissance à des collaborations fructueuses.*

*Cette 28<sup>ème</sup> édition voit l'arrivée de **Kraft Foods**, qui rejoint ainsi nos autres partenaires fidèles que sont **Canon, le groupe Carrefour, Danone, Hilti France, HP France, Nestlé Purina, Oracle, Philip Morris S.A.S. France, la Société Générale et Whirlpool**. Des étudiants de Grandes Ecoles de Commerce et de l'Université se préparent à mesurer leurs talents de négociateurs autour de cas pratiques définis. Parmi ces derniers, 16 étudiants, élus lors d'un challenge interne, représentent l'EM Normandie, dans chaque filière de négociation proposée. »*

**Benoît ANGER**  
Directeur Marketing et Relations Entreprises  
EM Normandie

**Sabrina LETARTRE**  
Responsable du pôle Relations Entreprises  
EM Normandie

## LE CONTEXTE

### **Focus sur le contexte économique**

Indispensables au développement des entreprises, les profils commerciaux caracolent, depuis plusieurs années, en tête des métiers les plus recherchés. Malgré un contexte économique difficile, ces profils font l'objet de recrutements permanents, tous secteurs d'activité confondus, et les perspectives d'embauches 2011 sont toujours aussi florissantes. Dans un environnement de plus en plus concurrentiel, les entreprises se refusent à amoindrir leurs forces commerciales et continuent au contraire à accroître leurs effectifs dans une logique de conquête des marchés.

Du côté des perspectives d'évolution, le spectre est excessivement large pour les diplômés d'Ecole de Commerce : Directeur de Magasin, Directeur Régional, Chef des ventes... Ainsi, selon une étude menée auprès des jeunes diplômés de l'EM Normandie en 2011, 30% ont évolué vers ces fonctions, un chiffre corroboré par la dernière enquête d'insertion de l'APEC menée auprès des dernières promotions sortantes des Ecoles de Commerce françaises.

### **Focus sur la fonction commerciale**

Véritable tremplin vers des postes de Direction générale, la fonction commerciale est souvent méconnue des étudiants. Ce Concours est un outil idéal permettant, en un seul lieu, aux entreprises de valoriser leurs opportunités et d'échanger avec des étudiants venus de France entière.

Souvent accusés d'user d'arguments peu conventionnels pour conclure une vente à tout prix, les vendeurs sont aujourd'hui des experts du secteur dans lequel ils évoluent. Désormais, leur objectif est de préserver la marge, tout en fidélisant le client dans un univers ultra concurrentiel. Et pour faire la différence, leurs atouts sont leur technicité et leur écoute. Les jeunes diplômés doivent posséder de solides compétences pour évoluer dans ce domaine et faire preuve de créativité pour concevoir des solutions sur-mesure, adaptées à la demande du client. Au fait des attentes des entreprises, l'EM Normandie s'emploie à livrer les clés de la relation client via deux de ses spécialisations : Marketing et Stratégie Commerciale et Cross-Cultural and Negotiation.

### **Focus sur le Master 2 Marketing et Stratégie Commerciale – Programme Master Grande Ecole EM Normandie**

Apprendre par l'action est le fondement de la pédagogie de cette formation, dispensée par des intervenants dotés d'une grande expérience professionnelle.

Elle permet aux étudiants de développer leur savoir-faire et leur savoir-être, nécessaires à une intégration et à une évolution rapide en entreprise. Elle développe la capacité à prendre des initiatives, à agir en leader et à travailler en équipe, des qualités indispensables à la réussite professionnelle des futurs managers. L'option conjugue des phases d'apprentissage sous forme de séminaires dispensés par des intervenants professionnels et des phases où l'étudiant est pleinement actif de sa formation (1 mission de 5 semaines en entreprise sur la thématique du marketing et de la stratégie commerciale, 2 concours axés sur le développement commercial et la communication, 1 projet en E-marketing et gestion de la relation client et 1 stage « bras droit » de 5 mois minimum).

### **Focus sur le Master 2 Cross-Cultural Marketing and Negotiation – Programme Master Grande Ecole EM Normandie**

Dispensé intégralement en anglais, ce programme vise à développer, chez les étudiants, les compétences, les connaissances et les qualités nécessaires pour évoluer dans les métiers du marketing et de la négociation, à l'échelle internationale. Ils sont ainsi préparés à communiquer avec des partenaires de cultures variées, à collaborer ou à gérer efficacement des équipes multiculturelles. Cette formation conjugue enseignements théoriques et cas pratiques via une mission de 5 semaines en entreprise et un concours keymatch<sup>1</sup> axés sur le marketing ou la communication interculturelle, un stage d'au minimum 5 mois et un mémoire de fin d'études.

---

<sup>1</sup> Les étudiants sont challengés par équipe sur une problématique unique, soumise par une entreprise partenaire. Ils disposent de 15 jours pour préparer leur dossier et sont invités ensuite à le défendre oralement. Pertinence, expertise et innovation sont les maîtres-mots pour se différencier et intégrer ainsi le palmarès des 3 meilleurs projets.

## LE CONCOURS DE NEGOCIATION

### Les objectifs

- Placer les étudiants dans des conditions réelles de négociation commerciale face à des professionnels de la vente, des achats et du recrutement.
- Leur offrir l'opportunité de développer des contacts privilégiés avec les partenaires officiels du concours ainsi qu'avec l'ensemble des membres des jurys, notamment lors du forum, organisé en parallèle du concours.
- Obtenir, pour les meilleurs candidats, un emploi à l'issue de ce défi. En 2010, 1 candidat sur 3 a obtenu un emploi.
- **Donner à tous l'occasion de vivre une expérience unique, riche sur les plans pédagogique et pratique, pendant deux journées placées sous le signe des échanges.**

### Le principe

- **1 présélection des candidats**, organisée dans chaque Ecole et Université participante.
- **1 négociation réelle** sur **1 problématique précise**
- **20 minutes** pour convaincre un Directeur commercial ou un Directeur des achats ainsi qu'un jury composé de 5 à 10 professionnels.
- **9 filières** de négociation au choix :
  - Agroalimentaire : **Danone, Kraft Foods, Nestlé Purina**
  - Banque : **Société Générale**
  - Electroménager : **Whirlpool**
  - Grande distribution : **Groupe Carrefour**
  - High-Tech : **Oracle**
  - Industrie : **Hilti**
  - Industrie du tabac : **Philip Morris S.A.S. France**
  - Informatique : **HP**
  - Solutions d'impression : **Canon**
- **3 critères d'évaluation** :
  - Les aptitudes à la négociation
  - La capacité de conviction
  - L'approche générale du client
- **3 lauréats** récompensés pour chaque filière et/ou entreprise.

### Le déroulement

#### **1<sup>er</sup> jour : découverte de la société et des codes du métier.**

Le candidat reçoit le cas pratique sur lequel se basera sa négociation. Il bénéficie ensuite d'une journée de formation aux techniques de vente, dispensée par les entreprises partenaires. Elle lui permet de préparer sa négociation de façon professionnelle, en appréhendant à la fois les spécificités du secteur d'activité, la culture de l'entreprise et les écueils à éviter.

#### **2<sup>ème</sup> jour : confrontation des talents de négociateurs face aux jurys de professionnels.**

Face à un négociateur professionnel, le candidat conduit sa négociation commerciale. Il dispose de **20 minutes** pour convaincre son interlocuteur de référencer un produit ou une prestation de service. L'échange se déroule devant un jury composé de **5 à 10 professionnels**, chargés d'apprécier son aptitude de négociation, sa capacité de conviction et son approche générale du client.

**Exemples de cas** : référencer un nouveau produit, renforcer un partenariat avec un distributeur, booster les ventes d'un produit, négocier des offres attractives auprès des fournisseurs, jouer le rôle d'un conseiller de clientèle professionnelle dans une situation précise telle qu'une reprise de restaurant par un couple...

## ILS VOUS LIVRENT LEURS EXPERIENCES

### Du côté des candidats : Louis de SAINT ALBIN, étudiant Master 2 Marketing et Stratégie Commerciale, lauréat de la présélection EM Normandie 2012, filière industrie :

Chaque année, l'EM Normandie organise une phase de présélection afin d'identifier les étudiants les plus talentueux pour participer à ce concours tant convoité.

#### **« Le concours de négociation de Deauville est l'aboutissement de mes 5 années de formation »**

*« J'aime les défis et le Concours de Négociation est un nouveau challenge qu'il me tient à cœur de relever. Il marque l'aboutissement de 5 années d'études et peut être décisif pour ma carrière professionnelle. Particulièrement conscient de cet enjeu, je compte naturellement tout mettre en œuvre pour décrocher la première place et m'ouvrir les portes du secteur de l'industrie. Grâce à ma spécialisation en Marketing et Stratégie Commerciale et aux conseils avisés de mes prédécesseurs et de l'équipe pédagogique, je me sens bien armé pour réussir ce défi. Rendez-vous les 20 et 21 mars à Deauville ! »*

### Du côté des entreprises partenaires :

#### Chloé CHOMETON-SOSIO, Senior HR Manager, Oracle :

Plusieurs entreprises, reconnues au niveau international, soutiennent, chaque année, le Concours de Négociation. La fidélité des partenaires témoigne de la qualité de l'événement.

#### **« Le Concours de Négociation est un événement unique en Europe »**

**ORACLE**

*« Le Concours de Négociation de l'EM Normandie, organisé de façon annuelle par l'EM Normandie, est toujours un rendez-vous auquel nos équipes participent avec plaisir. C'est un événement unique en Europe qui est cité en interne comme un modèle tant il correspond à nos besoins en recrutement et est un succès. »*

#### Sandrine NOURRY, Chargée des Relations Ecoles, Hilti :

#### **« Depuis 2008, 27 diplômés, dont 10 femmes, ont rejoint notre société à l'issue du Concours de Négociation »**

**HILTI**

*« Cela fait à présent 8 ans que nous sommes partenaires de l'événement. Il s'agit là d'un véritable rendez-vous de recrutement. Depuis 2008, 27 diplômés, dont 10 femmes, ont rejoint notre société à l'issue du Concours de Négociation, une représentation féminine particulièrement remarquable dans notre secteur ! La dernière édition fut particulièrement riche dans la mesure où elle a vu naître 15 nouvelles collaborations. Un bilan de bon augure pour le rendez-vous de mars prochain... »*

#### Anne BEAGUE, Chargée des Relations Ecoles, Société Générale :

#### **« Nous nourrissons un objectif commun : accompagner au plus près les étudiants dans leur projet professionnel pour favoriser leur insertion sur le marché de l'emploi »**

**SOCIÉTÉ  
GÉNÉRALE**

*« Si la Société Générale est un partenaire historique de l'EM Normandie ainsi que le 1<sup>er</sup> recruteur des diplômés de l'Ecole, ce n'est pas un hasard. Nous cultivons effectivement des valeurs identiques, où gravitent des notions de savoir-être, d'humilité, d'énergie et de pro-activité ; nous nourrissons également un objectif commun : accompagner au plus près les*



*étudiants dans leur projet professionnel pour favoriser leur insertion sur le marché de l'emploi. Le Concours de Négociation constitue en ce sens un excellent exercice pédagogique et a généré, l'an passé, 4 recrutements en CDI pour des fonctions d'Analyste, de Responsable d'agence, de Conseiller Clientèle Professionnelle et de Conseiller Clientèle "Bonne Gamme"»*

**Du côté des diplômés EM Normandie recrutés à la suite de ce concours en 2011 : Anthony FIQUET, Chef de Marché au sein de la société Danone :**

Le concours de Négociation est l'opportunité, pour les candidats, de se faire repérer par les entreprises et obtenir ainsi un emploi dès la fin de leur cursus.

**« Mon objectif était clairement fixé : obtenir une proposition professionnelle de la société Danone »**



*« Mon goût pour la compétition et le commerce ont été mes deux principaux moteurs dans cette expérience ! Dès mon inscription, mon objectif était clairement fixé : monter sur la 1<sup>ère</sup> place du podium dans la filière agroalimentaire et obtenir une proposition professionnelle ferme de la société Danone. Challenge relevé : j'ai pris mes fonctions de Chef de Marché en avril 2011. A vous maintenant d'écrire votre histoire avec la séance 2012 ! »*

## LES GRANDES ECOLES ET UNIVERSITES AYANT DEJA PARTICIPE AU CONCOURS DE NEGOCIATION

- ECOLE DE MANAGEMENT DE NORMANDIE
- ECOLE DE MANAGEMENT DE STRASBOURG
- ESCIP
- ESCP-EAP
- GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT
- ESC CLERMONT
- ESC DIJON - BOURGOGNE
- ESC PAU
- ESC RENNES
- ESC TROYES
- ESCHEM TOURS - POITIERS
- ESSEC
- HEC PARIS
- GROUPE SUP DE CO LA ROCHELLE
- IAE CAEN BASSE-NORMANDIE
- IAE LYON
- IAE LILLE 1
- ICN
- IPAG
- POLE INTERNATIONAL DE MANAGEMENT, UNIVERSITE LE HAVRE
- POLE UNIVERSITAIRE LEONARD DE VINCI, PARIS LA DEFENSE
- REIMS MANAGEMENT SCHOOL
- ROUEN BUSINESS SCHOOL
- SKEMA BUSINESS SCHOOL
- TOULOUSE BUSINESS SCHOOL
- UNIVERSITE BORDEAUX 4
- UNIVERSITE PARIS 1 PANTHEON SORBONNE

## LE PROGRAMME

### Mardi 20 mars 2012

**De 9H00 à 19h00** Remise des cas de négociation et séminaires de formation, par filière, sur les techniques de ventes, animés par des partenaires

### Mercredi 21 mars 2012

**08H00 - 15h00** Forum des entreprises partenaires : rencontres sur les stands

Déroulement des négociations

**16H00** Cérémonie de remise des prix

**17H30** Cocktail de clôture

Inscriptions : [www.concoursdenegociation.fr](http://www.concoursdenegociation.fr) – Clôture le 18/02/2012

**Site internet : <http://em-normandie.concoursdenegociation.fr>**

**Photos disponibles sur demande**

**Contact presse :**

Aurélie MAUVIET

Attachée de presse EM Normandie

Tél : 02 32 92 56 79 – E-mail : [a.mauviet@em-normandie.fr](mailto:a.mauviet@em-normandie.fr)