



«J'aborde les négociations avec fierté.»

Qwstion International GmbH



Entreprise et siège Qwstion International GmbH, Zurich et Seefeld (A), qwstion.com

Branche, activité Design, production et vente de sacs pour une clientèle urbaine

Création 2008

Effectif 17 collaborateurs et collaboratrices

Objectif Ouvrir de nouvelles boutiques de marque en dehors de la Suisse

Depuis 2008, Sebastian Kruit et son équipe proposent leur propre collection de sacs haut de gamme sous la marque Qwstion. Lors des négociations avec ses clients et fournisseurs, cet entrepreneur mise sur des solutions gagnant-gagnant.

La boutique de la Badenerstrasse 156 à Zurich a de l'allure: des locaux lumineux à hauts plafonds, des supports de marchandises modernes et des produits reflétant un style de vie urbain. «En plus de nos sacs, nous proposons ici des accessoires de mode sélectionnés d'autres marques», commente Sebastian Kruit, aux origines néerlandaises, qui a fondé Qwstion International il y a huit ans avec quatre partenaires. L'idée commerciale était venue de leur propre besoin. «Nous cherchions pour nous-mêmes,

«Je suis Néerlandais. Le commerce est dans ma nature.»

Sebastian Kruit, cofondateur de Qwstion



citadins d'une grande ville, un sac qui nous accompagnerait partout, explique-t-il. Comme nous n'avons rien trouvé, nous avons finalement décidé de créer le nôtre.» Les sacs ont été bien accueillis, et pas seulement en Suisse.

Et Qwstion a étendu son activité. Après la boutique en ligne et la distribution via des boutiques sélectionnées dans les métropoles comme Berlin, Tokyo ou Sydney, une boutique de la marque s'est ouverte à Zurich en 2015. Pour Kruit, cette boutique illustre bien les bénéfices de négociations réussies. «Si nous n'avions pas cherché à discuter et à négocier avec notre bailleur, nous n'aurions jamais réussi à ouvrir ce magasin. Il a été très arrangeant sur certains points.»

Négocier avec fierté. Il a un sens inné de la négociation – et grâce à sa réussite et à sa marque maintenant établie, elle devient encore plus facile. «J'aborde les négociations avec la fierté que nous ressentons pour notre entreprise et nos produits – et avec une idée claire de ce que je veux obtenir», explique-t-il. Il agit de même avec les grandes entreprises. «En tant que petite entreprise, nous pouvons et nous devons formuler nos exigences. Les grandes entreprises ne doivent pas pouvoir exploiter le fait que nous sommes une petite entreprise.»

Rechercher une situation gagnant-gagnant. Chaque fois que possible, il recherche des solutions gagnant-gagnant. Un principe qu'il illustre par un exemple: une entreprise internationale voulait acquérir des sacs auprès de Qwstion afin de



les offrir à ses hôtes lors d'une grande manifestation. Sa condition était d'imprimer son propre logo d'entreprise sur les sacs Qwstion. Kruit refusa: pour lui, il était impensable d'imprimer le logo de quelqu'un d'autre sur ses sacs. Mais il proposa l'alternative d'un porte-logo amovible: l'affaire fut conclue.

Etre à l'affût des dangers. L'important est de savoir précisément jusqu'où on veut aller dans la négociation – et quelles sont les limites. Sinon, on risque facilement de se retrouver dans une position inconfortable. Par exemple, si un client économiquement très intéressant vient vous voir, il y a la tentation d'accepter trop vite et de dire oui à toutes ses exigences. «Dans ce type de cas, on est souvent aveuglé par les opportunités et on en oublie les dangers.» Par exemple, une grande enseigne de vente en ligne a signalé son intérêt de vendre les produits Qwstion – mais à condition que Qwstion produise 80% des sacs commandés à

«Dans une négociation, il faut savoir jusqu'où on veut aller – et quelles sont les limites.»

l'avance et à ses frais. Pour Kruit, le risque était trop élevé. Lors des négociations, il répondit: «Je sais que je suis tout petit à côté de vous, mais mes produits peuvent être bons pour votre image. Partageriez-vous le risque avec moi?» Cette collaboration a également vu le jour, avec une solution qui convenait aux deux parties.

Entretien des rapports de partenaires. Lorsque l'entreprise Qwstion se trouve de l'autre côté du miroir et passe des commandes, Sebastian Kruit tient à une collaboration équitable. «Par exemple, lorsque le prix du dollar augmente, nous en discutons avec nos principaux fournisseurs. Nous ne voulons pas juste faire baisser les prix, car cela finit toujours par faire baisser la qualité», dit Kruit. Ce comportement porte ses fruits. «Nous faisons réaliser nos sacs par le même fabricant depuis 14 saisons. Et nous entretenons une relation de partenariat basée sur la confiance et qui fonctionne très bien.»