

## **KEY WORDS :**

PARDU (PREDATOR-PREY) MODEL, OPERA MODEL, PREDATION, MESLY<sup>®</sup> GRID, SELLER-BUYER DYAD

## **MOTS CLÉS :**

MODÈLE PARDU (PRÉDATEUR-PROIE), MODÈLE OPERA, PRÉDATION, GRILLE MESLY<sup>®</sup>, DYADE VENDEUR-ACHETEUR

## **RÉSUMÉ DE LA THÈSE**

Il existe une tension inhérente au sein de la relation en cours de développement entre un vendeur et un acheteur. Le vendeur craint que l'acheteur lui fasse perdre son temps et l'acheteur, lui, doute de l'honnêteté du vendeur. Tous deux s'interrogent sur le niveau de confiance et de coopération à accorder à l'autre. Il est possible, après tout, que le vendeur soit à l'affût de la moindre faiblesse de l'acheteur pour profiter de la situation et s'enrichir à ses dépens, ou, vice-versa, que l'acheteur cherche à profiter du vendeur.

La présente thèse examine les tensions entre vendeurs et acheteurs en ayant recours à la théorie enracinée élargie, qui comprend une série de boucles investigatrices formées de revues des écrits scientifiques et de cueillettes de données qualitatives et quantitatives. Elle cherche à démontrer que la *prédation perçue* (l'impression que l'autre abuse de nous de manière coordonnée) affecte négativement la bonne entente entre les parties prenantes de la transaction.

La thèse suggère aussi que le phénomène de prédation existe dans toutes les sphères d'activités humaines, y compris dans le domaine juridique. Le modèle PARDU (prédateur-proie) initialement développé pour discuter du phénomène de prédation débouche, au fil de la recherche, sur le modèle OPERA et la grille MESLY<sup>®</sup>, qui offrent des applications pratiques pour mieux gérer la prédation informationnelle.

### **ABSTRACT :**

There is an inherent tension between a seller and a buyer as their relationship progresses towards closing the deal. The salesperson fears that the buyer wastes his time, which he could otherwise spend towards real potential buyers. The buyer questions the sincerity of the salesperson. Both evaluate the amount of trust and cooperation they should invest in the relationship. It is possible, after all, that the salesperson wants to take advantage of every weakness he detects in the buyer in order to guarantee the sale, and it is equally possible that the buyer tries to fool the salesperson, with false credit information for example.

This thesis examines tensions that exist between salespeople and buyers by using an extended version of grounded theory, by which data is collected and analysed both qualitatively and quantitatively. It demonstrates that *perceived predation* reduces considerably the quality of the relationship.

The thesis suggests that the phenomenon of predation exists in every sphere of human activity, including in the legal system. The PARDU Model (predator-prey) initially developed to discuss the phenomenon of predation evolves, as the research

progresses, towards the OPERA Model and the MESLY<sup>®</sup> grid, which offer practical tools to better manage informational predation.