

Henri

Ferchaud

DS VENTE

Question 1

Mon objectif est de pénétrer le marché belge grâce à cette centrale d'achat. De plus collecter le maximum d'infos sur le marché afin de pouvoir proposer une offre plus pertinente avec d'autres centrale d'achat belge. Il est important de bien comprendre ce qu'attend mon client pendant cette visite : pourquoi introduire une nouvelle marque dans ses magasins ? que cherche-t-il des prix plus bas ? plus de marque ?

Je me renseigne sur la fonction de mon client (Roland acheteur pour la centrale Retaille partners Colruyt group). Combien de magasin attaché à la centrale ? le positionnement des magasins sur le marché leader, outsider...) ?

Je présente ma marque. Notre histoire, notre localisation, nos produits, nos clients. J'insiste sur le fait que nous soyons leader au Portugal, leadeur en Italie. Je parle de la présence en France avec Carrefour et Leclerc deux mastodontes de la distribution française.

Lui demander qui sont ses fournisseurs actuellement ? (Le chat, Ariel...)

Pourquoi veut-il changer ? S'il ne veut pas lui demander ce qu'on pourrait apporter au magasin et au marché belge selon lui. Ou alors ce qu'il trouve de bien chez les concurrents.

Lui poser des questions sur les clients ? leurs profiles, leurs habitudes de consommations, les marques qu'ils apprécient.

Lui présenter nos gammes, en ciblant d'avantages les produits petit format car ils prennent moins de place, sont adaptés à l'usage individuelle et paraissent moins chère que les grands formats. Ils correspondent mieux aux profils des clients urbains, mono parental.

Puis argumenter sur les prix qui sont soit moins chère soit identique.

Demander comment se passe la logistique avec les autres concurrents. Dire que notre remise entrepôt est meilleur que les concurrents. De ce fait s'il commande beaucoup chez nous il aura 4 avantages indéniables :

- Des prix plus bas grâce aux couts logistiques réduits

- Des beaux facings comme il aime car les packagings sont uniformes (prouver grâce aux photos de facing de magasin carrefour city, carrefour market ou l'E.Leclerc)
- Des prix plus bas pour le consommateur ou de meilleures marges pour ses magasins grâce aux prix les plus bas du marché sur du liquide vaisselle.

Ces avantages lui apporteront des bénéfices. Des prix plus bas ou des marges plus hautes, des facings plus attractifs et plus simple à réaliser en magasin, une logistique simplifiée.

Bien remonter des photos de facing chez les petites surfaces telle que carrefour, redire qu'il ne pourra pas faire plus d'économie qu'avec nos gammes et que les profils des marchés de la Belgique devrait normalement aussi bien fonctionner que le Portugal et l'Italie qui ont aussi beaucoup de petite surface. Le tout en lui accordant la remise RFA de 5% pour lui prouver votre confiance.

Question 2 :

Dans un premier temps je lui réexplique que nous sommes les prix les plus bas du marché et qu'il n'est pas possible de diminuer sous risque de nuire à la rentabilité de notre entreprise (marque). Cependant je lui dit que si dans le future, il augmente les volumes de ventes cela engendra des économies d'échelles sur la fabrication et la logistique. Par conséquence une remise pour être faites.