

CORRIGE Cas CAFE MAX HAVELAAR vendu chez LECLERC

PROBLEMATIQUE :

L'acheteur du magasin Leclerc commercialise déjà les grandes marques du café classique (plus des marques de commerce équitable). Pourquoi rajouterait-t-il votre produit ? a-t-il la place ? que pouvez-vous lui apporter ?

Problématique classique de la grande distribution ou d'un commerçant en général : si vous n'apportez pas un produit original, de qualité et qui rapporte un minimum de marge, vous n'aurez pas de place en rayon.

STRATEGIE :

Confirmer à l'acheteur que les produits du CE sont à la mode et demandés par la clientèle.

1/ s'il n'a pas de produits de vos concurrents, mettre en avant l'intérêt de commercialiser des produits du CE pour répondre à la demande. Vanter :

- *la grande qualité de vos produits*
- *la marge qu'ils peuvent dégager*
- *les aspects humains (petits producteurs et travailleurs handicapés du CAT)*

2/ s'il a déjà des produits de vos concurrents, mettre en avant les mêmes arguments. Mais il vous faut vous démarquer de la concurrence. Donc mettre en avant l'aspect local des produits et insister surtout sur les aspects humains.

LE PLAN DE DECOUVERTE

Ce que je sais :

- la taille du magasin, le nombre de caisses, l'emplacement des différents rayons, les marques de café vendu, le linéaire à louer à chaque marque, le niveau de prix, les promotions actuelles

Découverte du client

- Quelle est votre clientèle, typologie marketing, le pouvoir d'achat ...

Situation actuelle

- quelles sont les volumes moyens hebdomadaires (VMH) et mensuels (VMM) en café
- Quelle est votre marge sur le café ? quelle marge souhaitez-vous réaliser sur mes produits ?
- Quel est votre budget d'achat pour le café ? De quelle place disposeriez-vous en linéaire ?

LES OBJECTIONS A TRAITER

- Vous êtes trop cher et je n'arriverai pas à vendre vos produits
- Vous n'êtes pas assez connu, qu'est-ce qui me garantit que vos produits vont bien se vendre
- Vous ne me proposez pas assez de choix (gamme trop étroite = 2 produits)
- Est-ce que l'argent du café va bien aux petits producteurs ?
- vous allez faire concurrence à mes marques de distributeur (MDD)

LES ARGUMENTS A DEVELOPPER

	CARACTERISTIQUES	AVANTAGES CLIENT	PREUVES
S	Les petits producteurs sont contrôlés, parfois certains sont éliminés	Notre café est de grande qualité L'un de nos deux produits en plus d'être équitable, est bio	Le label FLO CERT Le label BIO
O	L'originalité du concept des petits producteurs	Ce café haut de gamme et à forte valeur humaine va mettre en valeur votre commerce Tous les magasins ne distribuent pas ces produits	
N	Le label Max Havelaar	Le commerce équitable est un concept nouveau par rapport aux grandes marques nationales	
C	Contrat de service 48H	Nous vous livrons en toute tranquillité pour vous Notre minimum de livraison et de 24 paquets ce qui est un colisage très raisonnable	Le contrat
A	Les prix élevés Les volumes de ventes	Ce produit est rentable pour vous car la marge unitaire est correcte Par les quantités vendues, votre marge globale sera intéressante	Faire le calcul Estimation
S	Le prix d'achat est garanti aux petits producteurs Le personnel du CAT	En achetant et en revendant ce café, vous défendez les intérêts des petits producteurs, ce qui est une belle cause, non ? De plus, vous défendez et favoriser l'emploi local de personnes handicapées	Brochure Photos