MISE EN MARCHÉ
dégager l'essentiel.

En pratique...
Formation et Coaching

©FrancoiseBeaudet, 23 janvier 2018

Aujourd’hui, quelle paire de chaussures auriez-vous le goût de porter ?

Choisir sa paire de chaussure comme on choisit sa MISE EN MARCHÉ.
Il faut qu’elle aille bien avec le reste…

enpratique.ca

?
SAVIEZ-VOUS que Marketing se traduit en français par Mise en marché ? Dans la pratique, pour plusieurs, marketing signifie publicité.

RE- VISITER LES 5 P DE LA MISE EN MARCHÉ

C'est quoi

OBJECTIF

- Re-visiter le concept de Mise en marché à travers les **5 P**
- Partager des exemples concrets, inspirants je l'espère, pour vous permettre de « tirer votre épingle du jeu »

Patience, c'est la prochaine diapo !

INTENTION

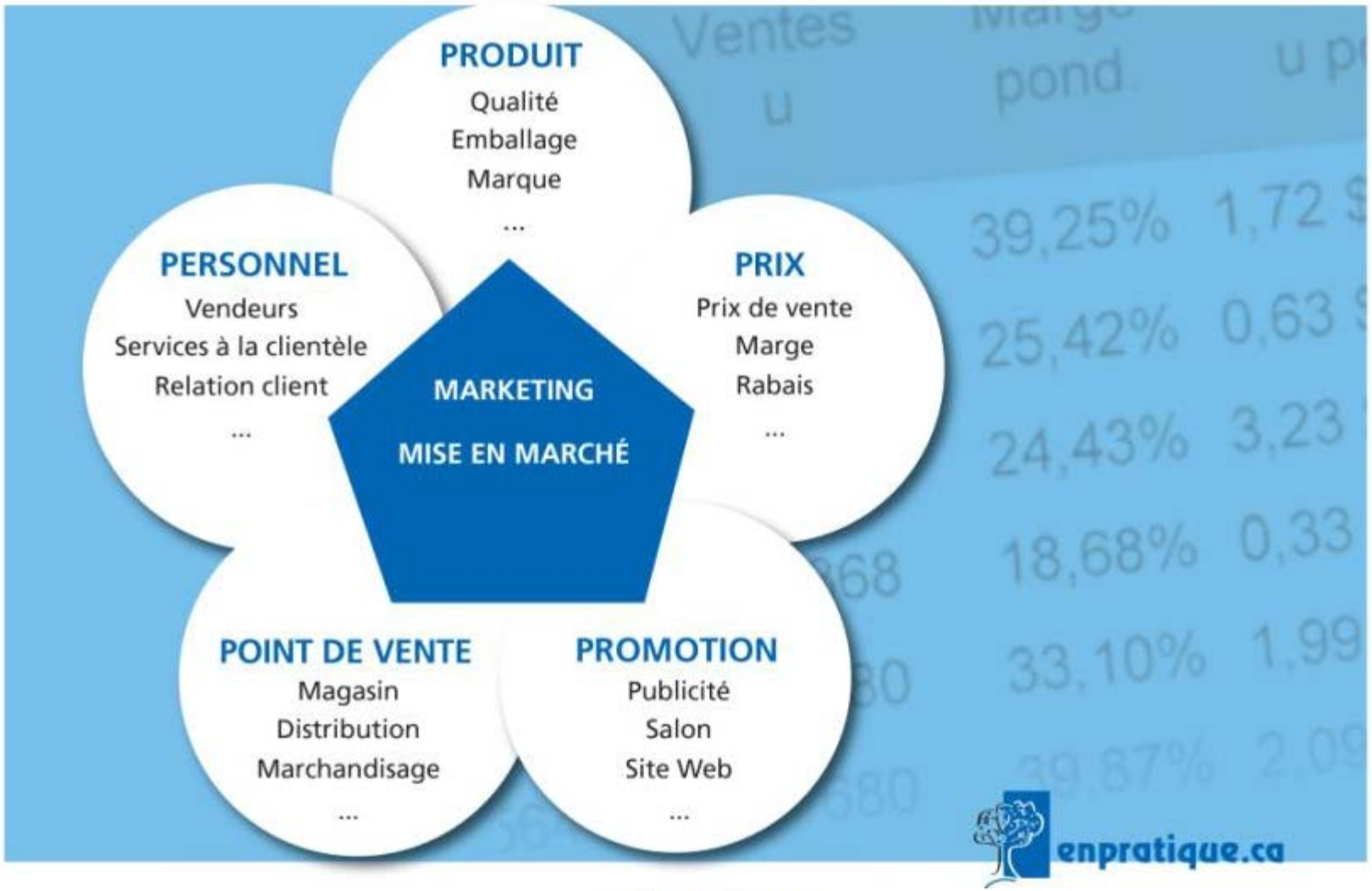
Vous donner le goût de mettre une idée « En pratique… » dans les deux prochains mois !

CONTENU

Trois propositions pour re-visiter votre mise en marché.

1. Avoir l'esprit ouvert
2. Tout est lié
3. Penser client

MISE EN MARCHÉ: les 5 P détaillés



MISE EN MARCHÉ: les 5 P - exemple

Personnel

Prix

Promotion

Produit

Point de vente

MISE EN MARCHÉ: les 5 P - exemple

enpratique.ca

1ère proposition

Ouverture d'esprit

… pour trouver des bonnes idées partout!

Êtes-vous prêt à vous laisser inspirer par … les « gros » ?

Nouvelle enseigne bio, de la chaîne française Leclerc., 16 janv. 2018

Êtes-vous prêt à vous laisser inspirer par … les « petits » ?

Mur végétal, fleuriste Fleuriot, aéroport de Genève, Suisse.

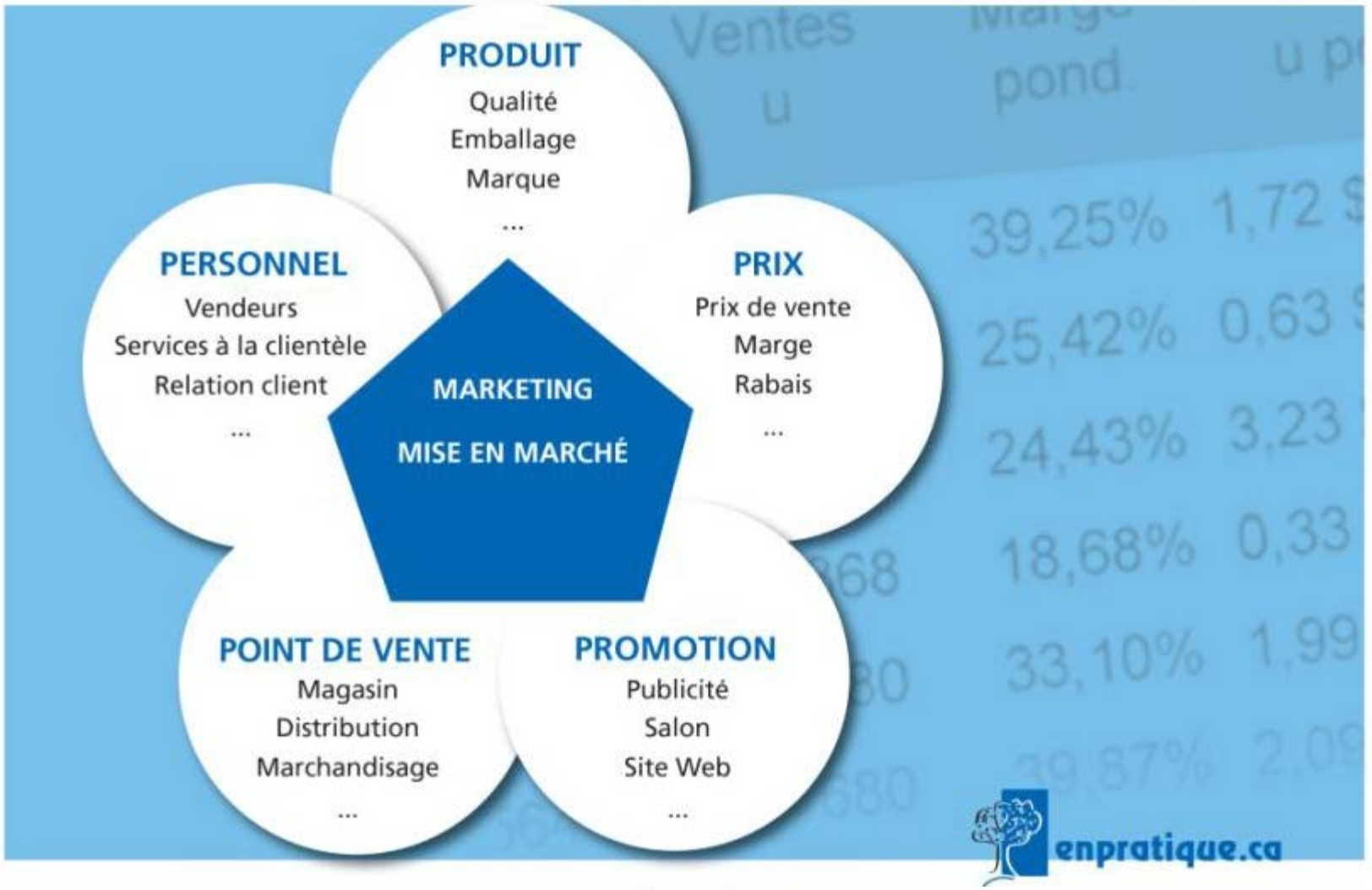
Êtes-vous prêt à vous laisser inspirer par … les « très petits » ?

Marché à Madagascar, Océan Indien.

Êtes-vous prêt à vous laisser inspirer par d'autres commerces?

Complexe Desjardins, Montréal

Êtes-vous prêt à re-visiter les 5 P avec l'esprit ouvert ?



2e proposition

Tout est lié

**Quand je travaille un P de la mise en marché,
je fais des liens avec les 4 autres P
pour rendre mon travail plus profitable.**

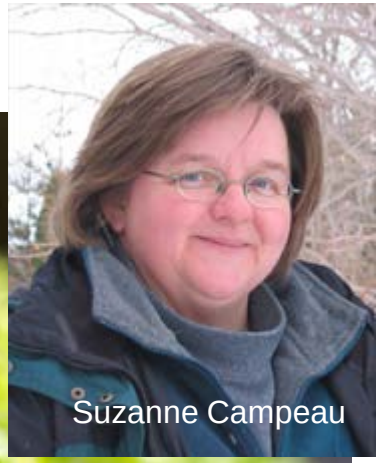
PRODUIT – PERSONNEL - PROMOTION: une histoire à raconter sur l'entreprise

Tout est lié

- Vision
- Mission
- Valeurs
- Compétences
- Objectif
- Environnement

PRODUIT – PERSONNEL - PROMOTION :
l'expertise du producteur pour parler produit (Marketing contenu)

Tout est lié



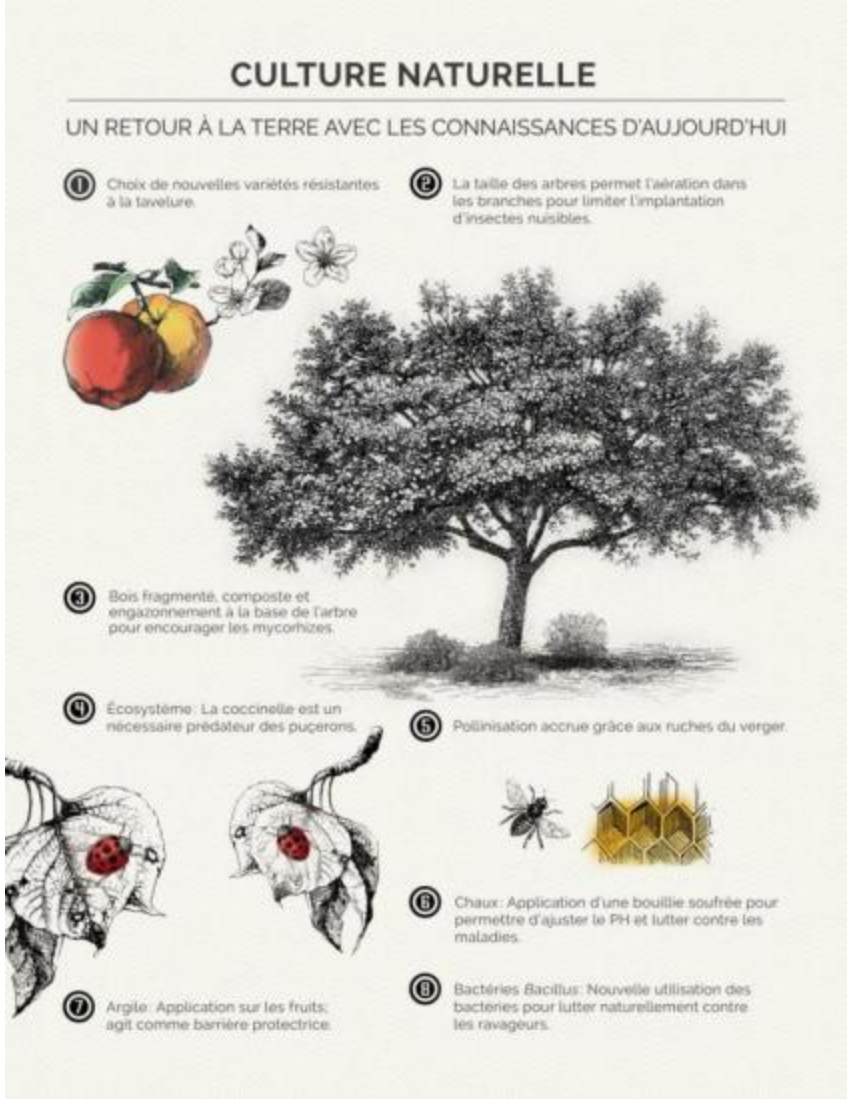
PRODUIT - PERSONNEL – PROMOTION :
tous ces petits gestes que les « gros » ne font pas

Tout est lié

PRODUIT - PROMOTION:
expliquer sa qualité en une page

Tout est lié

Le Verger de HUDSON



enpratique.ca

PRODUIT - PROMOTION:
dégager l'essentiel en 3-4 mots, présents dans toute promotion

Tout est lié

Un petit exercice pratique…

Tout est lié

1) Site web

Qu'est-ce qui pourrait être amélioré, pour mieux passer le message de Couleur locale, entre ces 2 outils Marketing ?

2) Pancarte magasin

PRIX - PRODUIT – PROMOTION – POINT DE VENTE: écrire sa qualité, dire ne suffit pas !

Tout est lié

EN MOYENNE, ON RETIENT

10 %
de ce qu'on entend

20 %
de ce qu'on voit

60 %
de ce qu'on met en pratique

PRIX – PRODUIT – POINT DE VENTE:
Plus le produit est cher, plus il doit être mis en valeur

Tout est lié

L'Olivette, au marché Frontenac, Montréal

PRIX – PRODUIT – PERSONNEL :
un prix n'est jamais seul … quelque soit votre acheteur !

Tout est lié

Humour, si vos valeurs sont « Plaisir » ou « Légèreté »…

Formation Présentation à un acheteur: Une des prises de conscience: la liste de prix est aussi un outil Marketing !

VENTES: un département en lien avec les autres !

Tout est lié

Vision

Mission

Valeurs

Compétences

Objectif

Environnement

Plan de commercialisation enligné avec la grande stratégie de l'entreprise

enpratique.ca

3e proposition

Penser client

… au début et à la fin de chaque réflexion / action

OFFRE PRIX – PRODUIT STRATÉGIQUE:
Répondre aux besoins des différents segments de clients

Exemple de segmentation

Économique	Régulier	Valeur ajoutée
20 % moins cher	Prix de référence	20 % plus cher

Bonne pratique en gestion par catégorie

enpratique.ca

ATTIRER LE CLIENT: zones stratégiques au point de vente

POINT DE VENTE: stimuler les 5 sens des clients

FIDÉLITÉ DE VOS CLIENTS:
Quelles autres points de vente fréquentent-ils ?

Magasins Métro:
- Allié comme point de chute des paniers bio
- Compétiteur pour certains produits

Walmart

WHOLE FOODS MARKET

COSTCO

Article sur le classement mondial de la distribution

TENDANCE FORTE en Europe: changement d'habitudes clients

Exclusif : Leclerc va lancer sa propre enseigne bio

[B. Merlaud, avec la rédaction]

Imprimer

16 Janvier 2018

Leclerc prépare une grosse offensive sur le bio en 2018. Des adhérents piaffaient pour ouvrir des concepts spécialisés sous une enseigne à part, ils auront bientôt satisfaction. Les hypers, eux, vont accueillir des univers bio mieux travaillés et plus spectaculaires. Une info Linéaires.

En novembre, le mouvement d'indépendants a constitué son "GT bio GSA-GSS" (pour grandes surfaces alimentaires et spécialisées). Il a dans la foulée déposé la marque "Le Village Bio". Les industriels sont démarchés (avec plus ou moins de succès) pour remplir les magasins avec des marques présentes habituellement dans les réseaux bio spécialisés. Car l'idée est bien de venir sur les plates-bandes de Biocoop et consorts, ces enseignes qui ont su développer un marché qui échappait jusqu'à présent aux distributeurs conventionnels.

L'ambition : rien de moins qu'un parc de 200 magasins, sur des surfaces comprises entre 400 et 800 mètres carrés.

enpratique.ca

POINTS DE VENTE:
jardineries à ré-inventer en partant du besoin client

POINT VENTE - PROMOTION:
Magasinage en ligne – Client veut du contenu

Qui a une boutique en ligne ?

Un « must » dans votre plan de commercialisation!

Aide financière disponible

PROGRAMME QUÉBEC BRANCHÉ

réseau agriconseils

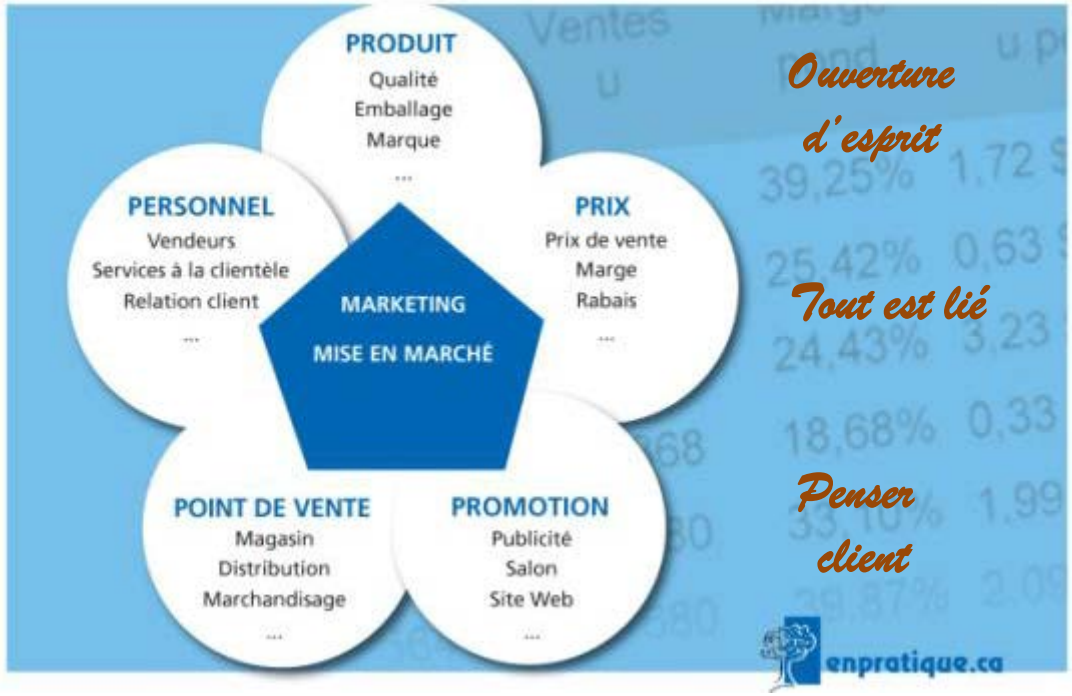
85% pour les « bio »

enpratique.ca

En pratique…
MESURER LES RÉSULTATS pour dégager l'essentiel

Point de vente	Ventes	% des ventes	Journées	Ventes $/jour	Marge	Profit $	% des profits
Marché XX	10,000 $	17 %	25 jours	400 $	30 %	3,000 $	14 %
Marché YYYY	4, 000 $	7 %	4 jours	1,000 $	30 %	1,200 $	6 %
Kiosque à la ferme	40,000 $	70 %	20 jours	2,000 $	40 %	16,000 $	77 %
Épicerie AA	3,650 $	6 %	365 jours	10 $	15 %	547 $	3 %
TOTAL	**57,650 $**	**100 %**			**36 %**	**20,747 $**	**100 %**

UNE IDÉE à retenir et à mettre « En pratique » dans les 2 prochains mois ?



MERCI !

Françoise Beaudet
Experte Mise en marché
Formatrice Agréée
Coach Professionnelle Certifiée
Dispensatrice reconnue par Réseau Agriconseils

enpratique.ca