

Aide-mémoire

Préparation à une rencontre avec un acheteur

Objectif

Passer son message durant une courte période (15 à 20 minutes).



Avant la rencontre

Faites vos recherches



- **Informez-vous sur l'acheteur** (produits recherchés, critères, clientèles desservies, etc.) ainsi que sur la ou les personne(s) que vous allez rencontrer (connaissez-vous des gens en commun?).
- **Choisissez un distributeur dans le secteur d'activité que vous visez** (commerce de détail ou HRI) et qui couvre les territoires que vous voulez desservir.
- **Connaissez votre concurrence.** Comment vous différenciez-vous?
- **Connaissez bien vos modalités logistiques** (commande, livraison, facturation et paiement).

Préparez-vous



Préparez un document de présentation attrayant pouvant être remis à l'acheteur (coordonnées, description de votre entreprise, gamme de produits, etc.) et des documents de référence (certifications, liste des clients actuels, etc.). Si vous avez des habiletés avec les outils de présentation, n'hésitez pas à les utiliser pour rendre votre présentation plus visuelle et la projeter si le contexte vous le permet.



Apportez des outils promotionnels (brochures, échantillons, etc.) et préparez le matériel nécessaire à la dégustation en quantité suffisante (ex. : verres, couverts, ustensiles, de préférence écoresponsables). Informez-vous d'avance si vous aurez l'équipement nécessaire pour faire goûter vos produits (ex. : four, réfrigérateur, etc.).



Arrivez avec des prix (calculez votre coût de revient) et la valeur ajoutée de vos produits.



Prévoir la période de disponibilité de vos produits, notamment pour les fruits et légumes.



Préparez un bulletin de commande.



Fixez-vous un objectif de rencontre atteignable (ex. : premier contact, préparation pour une autre rencontre d'acheteur, essai d'un ou quelques produits, trouver de nouveaux partenaires, etc.).

Pendant la rencontre



Soyez ponctuel (ou à l'avance si vous devez préparer votre dégustation) et portez une tenue soignée.



Remettez dès le début votre document de présentation à l'acheteur afin qu'il puisse y apposer des notes au besoin.



Adoptez une écoute active et une posture d'ouverture. Soyez respectueux, curieux et prenez des notes. Montrez-vous attentif aux besoins et aux attentes de l'acheteur. Posez-lui des questions pour bien cerner ses besoins. Votre flexibilité est l'un de vos plus grands atouts.



Observez le non verbal et adaptez votre discours à l'acheteur.



Respectez le temps alloué.



Soyez transparent (ex. : je suis en processus de la certification x, y ou z, je suis en recherche et développement pour un emballage écoresponsable et adapté au marché HRI, etc.).



Concluez la rencontre en résumant les principaux points de la discussion et en mentionnant le suivi que vous allez effectuer si une ou des demandes vous ont été adressées.

Structure de la présentation

Préparer une présentation qui comprend les 3 éléments suivants : vous, votre entreprise, vos produits. Aller à l'essentiel rapidement, c'est-à-dire vendre vos produits. Gardez-vous quelques minutes, car vous aurez des questions de la part de l'acheteur!

3 minutes

Qui êtes-vous?

Vous personnellement et votre entreprise.

5 à 8 minutes

Votre offre : vos produits, bref survol du marché et de la concurrence.

Transmettez votre passion pour vos produits. Communiquez les attributs et la plus-value de ceux-ci (emballages, formats, durée de conservation, fraîcheur, goût, liste d'ingrédients, sans allergènes, etc.). Vous devez démontrer en quoi vos produits répondent à un besoin du consommateur ou à une tendance du marché et en quoi ils se distinguent de ceux offerts par la compétition. Si vous faites déguster vos produits, c'est à ce moment que vous pouvez servir les acheteurs. Observez leurs réactions et prenez des notes.

2 minutes

Votre proposition d'affaires (prix, offre).

Ex. : Dans les produits que nous vous avons présentés, voici mes plus grands vendeurs et voici ceux que je vous propose.

4 minutes

Votre plan d'action marketing et commercial.

Communiquez à l'acheteur vos prochaines actions (ex. : aller rencontrer des clients, identifier et acheter l'emballage adéquat, approcher un partenaire, etc.).

Après la rencontre

- Rapidement après la rencontre, envoyez un courriel de remerciements rappelant les caractéristiques de votre ou de vos produit(s). Fournissez les renseignements, les documents ou les échantillons demandés par l'acheteur.
- Réalisez un bilan de votre rencontre. (ex. : quel élément pourriez-vous améliorer, quels sont les points forts de la rencontre, etc.)

Persévérance, positivisme et patience.

Dans certains cas, vous n'en retirerez aucun avantage financier, mais vous aurez obtenu les informations nécessaires pour adapter votre offre et votre stratégie afin d'être mieux préparé pour une prochaine rencontre. Vous aurez eu l'opportunité de faire connaître vos produits et l'acheteur pensera sans doute à vous s'il a une demande de la part d'un de ses clients!



REGROUPEMENT
DES TABLES
DE CONCERTATION
BIALIMENTAIRE
DU QUÉBEC

Partenaire de la
Stratégie nationale d'achats d'aliments du Québec (SNAAQ)