

# Y A-T-IL DES MARCHÉS PLUS PROFITABLES ?

**Petit guide pour cultiver le réflexe MARKETING et d'avantage...**



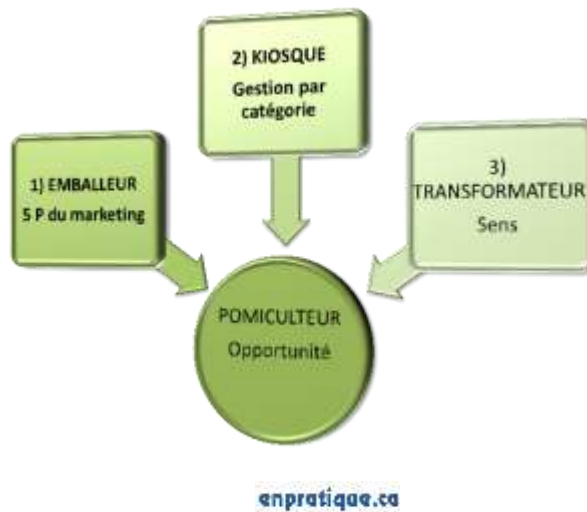
©FrancoiseBeaudet, 25 novembre 2015

St-Rémy, 03 décembre 2015



[enpratique.ca](http://enpratique.ca)

**OBJECTIF: cultiver un peu plus le réflexe MARKETING pour  
une MISE EN MARCHÉ profitable.  
Exemples et réflexions , à partir de vos métiers .**



**CARTE POSTALE: 1 idée à mettre en pratique**



**En pratique...**

*À quoi vous fait penser le mot « Profitable » ?*

**Profitable**

[enpratique.ca](http://enpratique.ca)

**POMICULTEUR : métier producteur**

POMICULTEUR  
Opportunité

[enpratique.ca](http://enpratique.ca)

## CANADA GAP : une nouvelle exigence



### Demande

- Origine de la demande - Enjeux
- Étapes à franchir, délai
- Coût (temps et \$), audit 800 à 1,000 \$

### Salubrité

- Ajout d'équipements, procédures...
- Formation du personnel
- Suivi des mises en place

### Traçabilité

- Idem salubrité

enpratique.ca

## SERRES BERGERON : leur réflexion par rapport à Canada Gap

Notre page | Facebook | Twitter | Les Serres Bergeron | Les Serres Bergeron | Nos produits

**FRAIS, LOCAL, NATUREL**  
 Offrir à notre clientèle des produits frais, naturels, les Serres Bergeron privilégie le local et le biologique. Plus, c'est mieux, nous sommes fiers de notre production.

NOS PRODUITS  
 Nos nouvelles offres de tomates rouges, roses et grappes.  
 Des courgettes, légumes et des courgettes littorales.  
 Tomates Fries et cerises.  
 Contactez-les maintenant!

enpratique.ca

## SERRES BERGERON : certification comme outil marketing



enpratique.ca



« L'esprit c'est comme un parachute, ça fonctionne mieux quand c'est **OUVERT** »

Dalaï Lama

enpratique.ca

## SITUATION : transformer Obstacle en Opportunité

Certification  
= outil  
marketing



Traçabilité



**CANADAGAP**  
Subsidés aux Export et Importes Frais



Good Agricultural Practice

enpratique.ca

## CERTIFICATION pour dire ses bonnes pratiques



### *Pomiculture Raisonnée*

Les propriétaires des vergers et cidreries de La Pomme des cantons du sud-ouest sont soucieux d'offrir à leur clientèle une expérience agrotouristique de qualité. De plus, ces pomiculteurs s'engagent dans une Pomiculture Raisonnée, un programme de certification qui favorise une approche écologique. Pour chaque étape de production, le programme propose des pratiques écologiques qui favorisent la protection de l'environnement et la santé et sécurité des personnes tout en produisant des pommes de haute qualité.

Quelques exemples de pratiques écologiques :

<http://pommesudouest.com/pomiculture.html>

enpratique.ca

## CARREFOUR: traçabilité une belle occasion Marketing

Carrefour

ACCUEIL NOUVEAUX DÉMARCHES MOBILES PRODUCTEURS RESTAURANTS BONS PLANS

FILIÈRE QUALITÉ Carrefour

AUSSI EXIGEANT SUR LA QUALITÉ QUE SUR LE PRIX.

LA DÉMARCHÉ SUR LE TERRAIN UNE RELATION DURABLE

Pour certains types de viande agricole et de ses produits, c'est pourquoi la très grande majorité des produits Filière Qualité Carrefour est d'origine française. A l'exception de ceux qui ne peuvent être produits en France tels les saumon de Norvège ou les crevettes de Madagascar pour lesquelles nous avons cherché les meilleurs producteurs et où se trouvent, en garantissant l'origine et la traçabilité.

Voir les autres Filières Qualité Carrefour

LA BOUCHÈRE

UNE VIANDE FRANÇAISE DE QUALITÉ

enpratique.ca

## TÉLÉSÉRIE PARADISE : « la petite championne » du MARKETING



enpratique.ca

1<sup>ère</sup> réflexion – sur les OBSTACLES:  
Comment pourrais-je transformer un obstacle en  
OPPORTUNITÉ MARKETING profitable ?

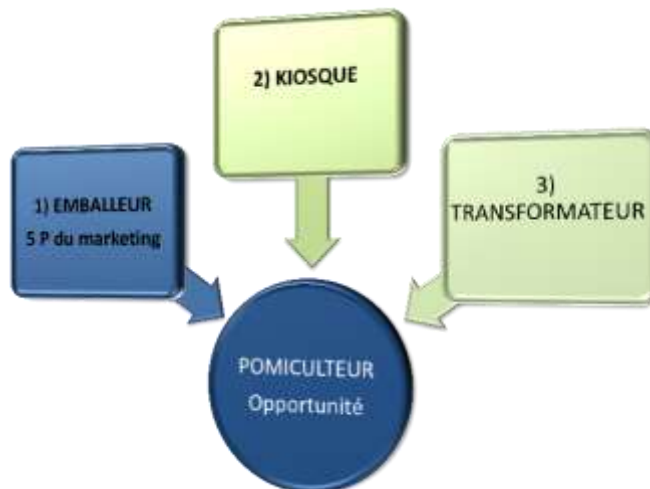
Une attitude d'ouverture à cultiver ...

POMICULTEUR



enpratique.ca

1) EMBALLEURS: métier négociant et +



enpratique.ca



## 5 P du MARKETING pour augmenter ventes et profit



## 5 P du MARKETING en détail



## INTERMARCHÉ : exemple des 5 P du MARKETING

Exercice: trouver les 5 P sur cet exemple.



enpratique.ca

## IGA: Drôles de fruits et légumes - stratégie des 5 P



Bilan  
#DrôlementPopulaires

**IGA**

12 août 2015 - Six drôles de fruits et légumes du Québec font leur apparition pendant 6 semaines dans plus de 280 magasins IGA en pleine saison des récoltes.

**3,6 tonnes**  
de fruits et légumes  
drôles vendues

Les Québécois  
ont donc consommé  
**24 % plus**  
de ces six variétés  
qu'à l'habitude\*

Conclusion de l'opération :  
les Québécois ne se fient pas juste aux apparences !

enpratique.ca

## IGA: tomates à valeur ajoutée - stratégie des 5 P



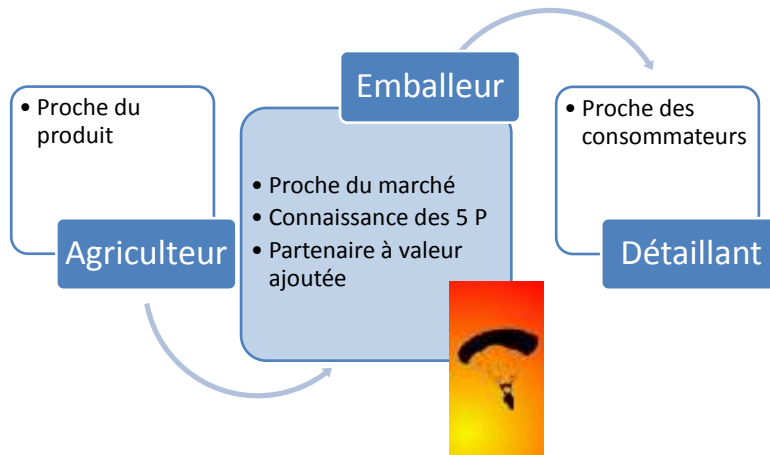
[enpratique.ca](http://enpratique.ca)

## ÉCHALOTES ATTITUDE: mon coup de cœur



[enpratique.ca](http://enpratique.ca)

## EMBALEUR : un partenaire à valeur ajoutée



enpratique.ca



« ÉCOUTE ...  
et tu parviendras »

Prologue de la  
Règle de St-Benoit

enpratique.ca

## 2<sup>e</sup> réflexion sur les 5 P du MARKETING :

Comment mettre à profit mes connaissances  
des 5 P du MARKETING pour être un partenaire valeur ajoutée ?

Un réflexe d'écoute active à développer...

1) EMBALLEUR  
5 P du marketing

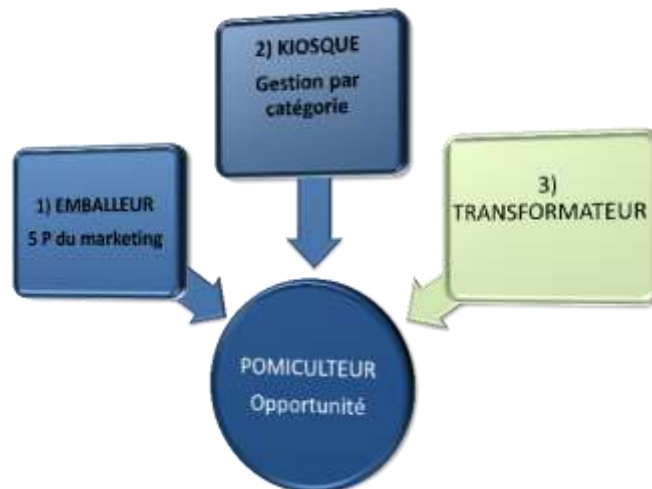


1. Transformer obstacle en OPPORTUNITÉ MARKETING



enpratique.ca

## 2) KIOSQUES: métier commerçant



enpratique.ca

## KIOSQUE pour un prix moyen beaucoup plus élevé

Quel est le prix moyen de la pomme ?

- 1) En général ?
- 2) Vers les emballeurs ?
- 3) Directement au consommateur ?
- 4) Pour la transformation ?

enpratique.ca

## KIOSQUE pour un prix moyen beaucoup plus élevé

Quel est le prix moyen de la pomme ?

- 1) En général ?
- 2) Vers les emballeurs ?
- 3) Directement au consommateur ?
- 4) Pour la transformation ?

Québec, récolte 2013\*

- 1) 504 \$/t
- 2) 663 \$/t
- 3) **855 \$/t**  
**60 % de + que le prix moyen**
- 4) 168 \$/t

\* Institut de statistique Québec

enpratique.ca

## KIOSQUE: de plus en plus nombreux

- 2,570 producteurs exploitant un kiosque à la ferme
- 875 producteurs proposant l'autocueillette
- + de 1,150 producteurs dans les marchés publics
- + de 100 marchés publics
- + de 100 fermes offrant des paniers
- + de 30 marchés virtuels (*commande en ligne, livraison à un point de chute*)



Comment allez-vous  
vous distinguer ?

Source MAPAQ

<http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/productions/developpementregional/marcheproximite/Pages/Marchedeproximite.aspx>

enpratique.ca

## SE DISTINGUER: ...retour aux 5 P du marketing



enpratique.ca

### VENTE – PROFIT/ par POINT DE VENTE : à suivre pour réagir + vite!

Points 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 %
<b>TOTAL</b>	<b>57,650 \$</b>	<b>100 %</b>			<b>36 %</b>	<b>20,747 \$</b>	<b>100 %</b>

[enpratique.ca](http://enpratique.ca)

### VENTE – PROFIT/ par CATÉGORIE DE PRODUITS : à suivre pour réagir + vite!

CATÉGORIES	Ventes	% des ventes	Journées	Ventes \$/jour	Marge	Profit \$	% des profits
Produits Transformés	10,000 \$	17 %	25 jours	400 \$	30 %	3,000 \$	14 %
Activités	4,000 \$	7 %	4 jours	1,000 \$	30 %	1,200 \$	6 %
Fruits et légumes	40,000 \$	70 %	20 jours	2,000 \$	40 %	16,000 \$	77 %
Auto Cueillette	3,650 \$	6 %	365 jours	10 \$	15 %	547 \$	3 %
<b>TOTAL</b>	<b>57,650 \$</b>	<b>100 %</b>			<b>36 %</b>	<b>20,747 \$</b>	<b>100 %</b>

[enpratique.ca](http://enpratique.ca)



3<sup>e</sup> réflexion sur la GESTION PAR CATÉGORIE :  
 Comment suivre mes ventes et profits par catégorie  
 pour réagir plus rapidement ?  
 Une discipline des tableaux de bord à développer...

2) KIOSQUE  
 Gestion par  
 catégorie

Produit	Quantité	Marge	PCS
001 \$	144 030	86,22%	1,72 \$
002 \$	251 370	26,42%	2,83 \$
045 \$	23 820	24,43%	3,25 \$
042 \$	73 928	18,00%	4,59 \$
112 \$	6 180	55,10%	1,89 \$
064 \$	680	39,67%	2,09 \$
043 \$	500	43,29%	1,70 \$

2. Utiliser les 5 P du MARKETING avec nos partenaires

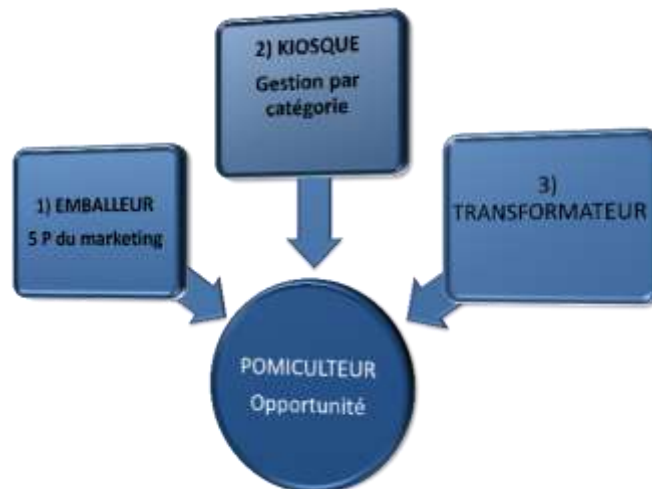


1. Transformer obstacle en OPPORTUNITÉ MARKETING



enpratique.ca

3) TRANSFORMATEUR: métier fabricant



enpratique.ca

**SENS: qu'est-ce qui vous motive dans ce projet ?  
Votre moteur pour transformer les obstacles...**



enpratique.ca

**TRAVAILLER EN 3 DIMENSIONS: tête – cœur – corps  
Pour trouver aussi des profits autres que monétaires**



**LES CHEVAUX AILÉS DE PLATON:**

Symbole du conducteur de char (tête)  
essayant de maîtriser ses 2 chevaux  
(cœur et corps)

*(interprétation libre)*

Photo: Page de couverture du livre « De chair et d'âme », Boris Cyrulnik

enpratique.ca

## Un projet MARKETING, c'est avant tout des GENS (tête-cœur-corps)



L'équipe COULEUR LOCALE pour le projet Ventes - Marketing

[enpratique.ca](http://enpratique.ca)

## Y A-T-IL DES MARCHÉS PLUS PROFITABLES ? Petit guide pour cultiver le réflexe MARKETING et d'avantage

### 4<sup>e</sup> réflexion sur le SENS :

Qu'est-ce qui fait du sens pour moi, dans ce projet ?  
Une réflexion tête – cœur – corps plus profitable.



### 3. GÉRER PAR CATÉGORIE pour réagir + rapidement

Produit	Quantité	Prix	Total
Produit A	100	10	1000
Produit B	200	5	1000
Produit C	50	20	1000
Produit D	150	7	1050
Produit E	300	3	900
Produit F	80	12	960
Produit G	120	8	960
Produit H	60	15	900
Produit I	40	25	1000
Produit J	20	50	1000

### 2. Utiliser les 5 P du MARKETING avec nos partenaires



### 1. Transformer obstacle en OPPORTUNITÉ MARKETING



[enpratique.ca](http://enpratique.ca)

MERCI !

1 idée à retenir et à mettre EN PRATIQUE... d'ici 2 mois.



**NOUVEAU : l'info-lettre EN PRATIQUE**

- 8 à 10 fois / an
- Calendrier, outils, exemples concrets, inspirations...
- Thème: Marketing – Formation - Coaching

Pour s'abonner : [www.enpratique.ca](http://www.enpratique.ca)

