



## Distributeurs et Grossistes : Comprendre leurs enjeux et agir efficacement avec eux

Mardi 27 mars 2012

### Pour qui ?

Responsables grands comptes, comptes-clés, responsables marketing et chefs de produits.

### Le programme

#### Le panorama du marché de la distribution en CHF

- Les marchés de la CHF et les distributeurs : chiffres clés, concentration par segments, organisation de la chaîne...
- Les possibilités de distribution en CHF : direct/prestataire/cash/grossiste spécialiste ou généraliste.
- Description des différents métiers de la distribution : process et contraintes.
- Les offres et les spécificités de chaque métier de distribution.
- Les enjeux de chaque métier sur la revente.
- Zoom sur quelques acteurs et sur l'actualité de la distribution.

**Cas d'introduction d'une gamme innovante de produits multi cibles auprès de différents distributeurs.**

#### Travaux en sous-groupes autour de 3 métiers distributeurs :

1. Cash.
2. Grossiste généraliste.
3. Grossiste spécialiste d'une température.

#### Étude du cas

45 mn de préparation,  
45 mn de restitution, d'échanges et de synthèse.

#### ETAPE 1 : Travail de groupe

« Se mettre à la place du dirigeant de centre de profits. »

Pour chaque métier, évaluer les enjeux du distributeur dans ses différents aspects :

- référencement achats,
- modalités d'approvisionnement,
- modalités de distribution,
- freins et moteurs au référencement en général,
- freins et moteurs à la revente en général.

**Intervention d'un distributeur et déjeuner en sa compagnie.**

#### ETAPE 2 : Restitution

- Restitution des travaux de groupes.
- Échanges sur le cas.

#### ETAPE 3 : Étude de cas

« Optimiser la revente de ses produits chez les distributeurs. »

- Quels leviers activer chez chaque type de distributeur ?
- Comment assurer la montée en diffusion numérique ?
- Comment construire sa politique promotionnelle (catalogues promos, promos vendeurs, promos clients utilisateurs...)?
- Comment activer les ventes dans la durée ?

#### ETAPE 4 : Restitution

- Restitution des travaux de groupes.
- Échanges sur le cas.

**Séance d'évaluation du contenu, de la pédagogie et des acquis de la formation.**

### Bénéfices pour les participants

Des enseignements pratiques pour les fonctions marketing et commerciales.

### Durée de la formation

1 journée.

### Intervenant

François BLOUIN, Food Service Vision

### Coût de la formation

Tarif membre : 655 €HT - 783,38 €TTC  
Tarif non membre : 975 €HT - 1.166,10 €TTC