



Grands Comptes Utilisateurs : Comprendre leurs enjeux et agir efficacement avec eux

Jeudi 29 mars 2012

Pour qui ?

Directeurs de département food service, responsables grands comptes, comptes-clés, responsables force de vente CHF ou développement des ventes, responsables marketing, chefs de produits et trade marketers.

Le programme

Le panorama du marché des Grands Utilisateurs, avec l'outil GEÇO : Panorama complet du marché de la CHF

- Les marchés CHF et les Grands Comptes Utilisateurs : chiffres clés, par segments, métiers, segmentations et concentration.
- Politiques d'approvisionnement et de logistique produits.
- L'offre (profondeur) et sa mise en œuvre : les directifs, les semi directifs, les non directifs.
- Leur réseau/front de vente : politique, animation.
- Valorisation de l'offre : leurs clients, tickets moyens/segments, politiques de marges.
- Zoom sur quelques acteurs (offres, fonctionnement et caractéristiques).

Travaux en sous-groupes de mise en situation autour de 4 métiers utilisateurs / 4 enseignes illustratives

1. **Restauration rapide/vente à emporter** (Quick).
2. **Restauration assise : à thème, brasseries, traditionnelle** (Hippopotamus).
3. **Revente : pétroliers, distribution automatique** (Total).
4. **Self pour adultes en restauration collective d'entreprise** (Sodexo Entreprises).

ETAPE 1 : « Se mettre à la place d'un responsable d'offre utilisateur. »

- Positionnement et stratégie : métier, réseau, axes de croissance/développement, priorités...
- Clientèle : clients, clients des clients, profils, tickets moyens...
- Politiques d'offres : caractéristiques, description, spécificités...
- Organisation interne : fonctions clés, mode de décision, process de référencement...
- Politiques d'achat : organisation, critères clés, process décisionnel, timing...

ETAPE 2 : « Identifier les attentes produits/services des Grands Utilisateurs. »

- Quelles logiques de sélection d'une offre produit industrielle à travers 3 produits : 1 produit food « Chef », 1 produit food « convives », 1 boisson.
- Quels bénéfices attendus ?
- Comment estimer le potentiel annuel d'un produit sur un réseau Grand Utilisateur/une enseigne (approche, méthode) ?

Intervention d'un « Grand Utilisateur »
et déjeuner en sa compagnie.

ETAPE 3 : « Optimiser ses démarches et approches marketing/vente et revente vers les Grands Utilisateurs »

- Quels argumentaires : quelles caractéristiques produits mettre en avant ?
- Chaîne de valeur globale : la comprendre, la maîtriser, la piloter (de l'industriel, distributeurs, grands utilisateurs... aux convives) ?
- Quel plan d'actions mettre en œuvre : comment/auprès de qui chez les cibles Grands Comptes Utilisateurs avec quel process de revente interne ?
- Quelles logistique et coordination distributeur envisager ?

Bénéfices pour les participants

- Comprendre les logiques Grands Utilisateurs en se mettant à leur place.
- Découvrir une méthode et mettre en œuvre une démarche opérationnelle marketing/vente, ciblée utilisateurs.
- Rencontrer un acteur-témoin utilisateur ou distributeur du marché.
- S'enrichir au contact d'autres participants grâce à une pédagogie participative et conviviale.

Durée de la formation

1 journée.

Intervenants

Eric NARDIN, GPS2
Laurence VIGNÉ, GEÇO

Coût de la formation

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