

## 21<sup>ème</sup> Challenge de Négociation Commerciale

### LES NEGOCIALES

#### ¼ DE FINALE

### CAS VENDEUR

Vous êtes chef de secteur de la société POMONA Passion Froid. Vous venez de reprendre un portefeuille de clients. Ce portefeuille est composé essentiellement de clients en restauration commerciale.

La faiblesse de ce portefeuille est la rentabilité dans la mesure où les commandes sont généralement assez faibles, ce qui ne permet pas de dégager une marge suffisante pour couvrir les coûts de la livraison (30 € en moyenne).

Vous devez visiter aujourd'hui un client dont le chiffre d'affaires a subi une baisse de 20% sur les 3 derniers mois. Il fait partie des clients dont la rentabilité est insuffisante et votre chef de vente vous a demandé de trouver le moyen de retrouver un niveau de marge plus conforme aux objectifs visés, d'autant qu'il représente un potentiel d'achat intéressant.

C'est une brasserie assez haut de gamme. En consultant **sa carte**, vous avez constaté une gamme assez large de prestations de type « brasserie », et un menu un peu plus élaboré. Deux plats du jour sont également proposés.

Les tarifs pratiqués sont les suivants :

- Entrées : entre 3 et 5 €
- Plat à la carte : entre 6 et 10 €
- Plats du jour : entre 8 et 10€
- Desserts : entre 3 et 5 €
- Menu élaboré (entrée + plat + dessert): 30 €

En consultant votre **dossier client**, vous avez collecté les informations suivantes :

- Le client est très attentif à la qualité des produits et souhaite améliorer sa rentabilité. Il fonctionne avec un coefficient de 4,
  - Les commandes portent souvent sur des produits basiques (produits simples sans préparation particulière, exemples : haricots verts, steaks hachés, frites...) et il s'agit surtout de produits surgelés,
  - Le chiffre d'affaires est de 1600 € HT par mois alors qu'il était de 2000 € il y a 3 mois
  - La baisse est essentiellement due au fait qu'il commandait régulièrement de la viande et du poisson et ces lignes ont disparu depuis 3 mois,
  - La marge est de 18% actuellement alors que la moyenne des clients de POMONA Passion Froid est de 25%,
  - Vous livrez ce client 3 fois par semaine,
  - Le client fait appel à deux autres fournisseurs en surgelés, mais également à un boucher et à un poissonnier pour des questions de qualité,
  - Son potentiel d'achat est de 5000 € par mois,
  - La clientèle est essentiellement composée d'habitues, ce qui nécessite de varier les offres régulièrement,
  - Un nouveau restaurant tendance spécialisé dans la viande de qualité vient d'ouvrir juste en face et afin de se démarquer, le client souhaite proposer des menus originaux avec des produits différenciants,
  - Le grammage de la viande et du poisson est habituellement de 150g par portion,
  - Le client cherche à améliorer sa productivité en cuisine avec des produits faciles à mettre en œuvre et qui nécessite peu de préparation.
- 
- Vous savez qu'il doit changer sa carte dans un mois et pour trois mois, et c'est une opportunité pour faire évoluer votre collaboration. Le rendez-vous d'aujourd'hui a été pris dans ce sens.

\*\*\*\*\*

Vous avez rendez-vous avec Monsieur BIENMANGER qui est le gérant de l'établissement et également chef de cuisine.

Vos objectifs dans ce rendez-vous :

- Trouver les moyens de rentabiliser les livraisons en augmentant le poids moyen livré
- Optimiser le taux de pénétration (CA réalisé / CA potentiel)
- Faire des offres pour la nouvelle carte, notamment en viande et en poisson
- Valoriser la catalogue « Le rendez-vous », outil très fidélisant car le client y trouve chaque mois des idées de plats du jour, de recettes et de présentation assiette originales...
- Rehausser le pourcentage de marge

Vos atouts :

- Votre client est très satisfait de la qualité des produits POMONA Passion Froid
- Le client travaille en coefficient 4 ( Prix de vente des plats TTC / Prix d'achat matières premières HT )  
Pour le plat du jour la part de la viande est de 80% et celle de la garniture 20%  
Pour le menu, les achats relatifs au plat représentent 50% du total et la répartition du coût matières du plat est la même que pour le plat du jour.
- Vous disposez d'une large gamme de poissons et de viandes portionnés en 150g dont les prix oscillent entre 8 et 18 € (voir en annexe et le catalogue « Le rendez-vous »).
- Vous proposez chaque mois une sélection de produits spécialement dédiés à la restauration commerciale et dont les prix sont proposés la plupart du temps à la portion.

Informations complémentaires :

- Vous livrez les produits frais et les produits surgelés dans le même camion
- Le client se situe dans une zone assez concurrentielle et la fréquentation de son établissement a tendance à baisser.
- Le nombre de couverts est assez variable d'un jour à l'autre dans ce restaurant.

Afin de préparer votre rendez-vous avec Monsieur BIENMANGER, vous avez téléphoné à un Conseiller culinaire Pomona PassionFroid qui vous a fait les suggestions suivantes :

- Produits originaux et exclusivités POMONA PassionFroid :
  - Filet de dorade royale avec peau
  - Cristalline de dos de cabillaud et sa garniture de petits légumes
  - Couronne de dorade sébaste et son fondant de Saint jacques
  - Ivoire chocolat cœur caramel
  
- Produits faciles à mettre en œuvre :
  - Risotto aux champignons en plat du jour (portion de 120/130g) que vous pouvez accompagner de quelques noix de saint Jacques
  - Noix de Saint Jacques sans corail 10/20
  - Curry de porc Madras
  - Tarte fine aux pommes
  
- Produits à forte marge :
  - Aiguillettes de poulet
  - Filet de canard avec peau
  - Rognons de veau Nouvelle Zélande
  - Feuillantine chocolat

## **ANNEXE 1 : CARACTERISTIQUES ET ATOUTS DES PRODUITS VIANDE ET POISSON**

### **Gamme poissons de marque 8 Beaufort (marque Pomona)**

- Poissons portionnés en 150g à + ou – 10g
- Avec une « qualité sans arêtes »
- Gamme assez large avec des poissons avec ou sans peau
- Surgelé mer sur le bateau ou sur terre dans la journée (ultrafaîcheur)
- Très peu de perte d'eau à la cuisson
- Conditionnement IQF (permet de ne sortir du congélateur que le nombre de portions dont on a besoin).

#### Atouts :

- Souple d'utilisation
- Gain de temps
- Haute qualité constante
- Maîtrise du coût matières

### **Gamme de viande surgelée (la solution bouchère)**

- Viande Portionnée (180/220 g pour les viandes à griller, exemples : entrecôte, faux-filet bavette, pavé de rumsteck et de 350g pour la côte a l'os)
- Régularité de la qualité des produits
- Conditionnement IQF (permet de ne sortir du congélateur que le nombre de portions dont on a besoin).

#### Atouts :

- Produits simple à mettre en œuvre et souple d'utilisation
- Maîtrise du coût matières
- Pas besoin de parer la viande, pas de perte de produits

## **ANNEXE 2 : CARACTERISTIQUES ET ATOUTS DU CATALOGUE « LE RENDEZ-VOUS »**

C'est un outil qui est présenté chaque mois aux clients pour leur présenter une sélection de produits qu'ils pourraient proposer à leurs clients.

### 15 produits nouveaux mis en avant chaque mois :

- Permet au client de varier ses offres
- Evite la lassitude des convives fidèles

### Visuels de présentation assiette :

- Donne des idées de présentation
- Suggère des associations de produits, notamment pour les plats du jour

### Sélection de produits spécifiquement dédiés à la restauration commerciale :

- Répond aux critères de choix des restaurateurs
- Offre sur mesure

### Offre complète entrée / plat / garniture / fromage / dessert / produits laitiers :

- Correspond à l'ensemble des achats d'un restaurateur
- Permet de trouver des idées pour toutes les composantes des menus, carte ou plats du jour

### Présentation des prix en coût portion :

- Permet de maîtriser sa rentabilité

### Indique par des pictogrammes les produits à marque :

- Indique au client les produits bénéficiant d'un cahier des charges de qualité