



# FINALE NATIONALE

*Mercredi 23 Mars 2011*

*1/4 de Finale*

**POMONA**  
**Cas Vendeur**



**Mercredi 23 Mars 2011 – 1/4 de Finale**  
**22<sup>ème</sup> Challenge de Négociation Commerciale**  
**LES NEGOCIALES**

**CAS VENDEUR**

L'ÉTABLISSEMENT VISITÉ

- C'est un restaurant saisonnier côtier situé dans les Landes.
- La salle contient environ 100 places.
- La terrasse est assez grande et elle est ouverte dès onze heures. Elle peut accueillir jusqu'à 100 personnes.
- L'établissement est décoré avec goût.
- Autour et répartis sur 200 mètres, se trouvent 4 autres restaurants avec des offres et un positionnement similaires.

LA SITUATION

Vous avez visité ce restaurant il y a une semaine, vous avez surtout parlé de votre offre «glaces» car ce client souhaite développer son activité «terrasse».

Le restaurant ouvre pour la saison dans 1 mois et Monsieur Bordemer, le gérant, finalise ses cartes et arrête ses choix au niveau des fournisseurs cette semaine.

Monsieur Bordemer vous a communiqué les informations suivantes lors de votre dernière visite :

- Il renouvelle sa confiance à ses fournisseurs de viande et de poisson de l'an dernier car ils lui proposent des produits frais de très bonne qualité lui permettant de se démarquer des autres restaurants.
- La terrasse tournait mal l'an dernier car il avait une offre de glace moins «vendeuse» que les voisins.
- Il a fait de lourds investissements pour rendre son établissement plus attractif et il ne peut plus investir. La décoration est maintenant très soignée.
- Il prévoit de faire appel à deux fournisseurs en surgelés dont COMIGEL qui lui a proposé de lui offrir des parasols logotés «Glaces COMIGEL».
- Il a peu de personnel et cherche des solutions pour gagner du temps en cuisine, notamment en travaillant des produits surgelés.
- Il prévoit environ 250 couverts par jour, est ouvert 30 jours par mois pour une période de 6 mois.

## LE BILAN DE LA DERNIÈRE VISITE

- Vous avez présenté une offre de glaces qui semble convenir à Monsieur Bordemer.
- Il vous a demandé de lui offrir un congélateur pour éviter un nouvel investissement.
- Les volumes de glace qu'il vous a annoncés, 1500 € / mois, ne sont pas suffisants pour répondre à sa demande. Ils ont été définis en tenant compte de la consommation de l'an dernier.
- Outre la glace, vous avez présenté les gammes de produits POMONA PassionFroid mais vous n'avez pas eu le temps de rentrer dans les détails. Il vous a dit qu'il attendait l'offre d'un autre fournisseur pour se décider.
- Sur le plan des tarifs, il a estimé que vous étiez situé à peu près au même niveau que l'autre fournisseur.
- Vous lui avez proposé de lui présenter des produits qui lui permettraient de se différencier de ses voisins (entrées, garnitures, desserts, aides culinaires, ...)
- Il compte proposer un menu (entrée + plat + dessert) et une carte des glaces.
- Le menu comporte au choix, 5 entrées, 5 plats et 5 desserts dont 60 % sont réalisés avec des produits surgelés
- Cette offre de menu sera renouvelée chaque mois.
- Le client vous a indiqué le prix d'achat HT maximum par portion qu'il pouvait mettre pour chaque composante de son menu :
  - Entrées : maxi 1,60 €
  - Garnitures : maxi 0,60 € pour 150g
  - Desserts : maxi 1,50 €
  - Coupes de glaces (3 boules) : maxi 1,20 €
  - Compositions à base de glace : maxi 1,60 €

## VOS ATOUTS

- Vous proposez une gamme de glaces qualitative aux **parfums originaux** dont les coûts au bac (entre 12 et 15 €) sont à peine supérieurs aux glaces «classiques».
- Un bac permet de faire 40 boules.
- Des tests gustatifs ont montré que **votre gamme est supérieure** pour les parfums classiques et vous proposez des parfums originaux comme pêche de vigne, figue, pomme cuite, etc....
- Vous avez la possibilité **d'offrir** à vos clients **des cartes de glaces personnalisées** au nom du restaurant, si toutefois le volume de commandes est de minimum 2 000 € / mois. Ce sont des cartes design sur lesquelles vous pouvez mettre des prix spécifiques pour les coupes originales.
- Votre glace a une **excellente tenue**, ce qui évite qu'elle se transforme trop vite en crème glacée (important pour la présentation).
- Vous proposez, chaque mois, des gammes de **produits** surgelés spécifiquement **adaptées** au type de restaurant visité, mais vous ne les avez pas présentées lors de votre dernière visite (voir à titre d'exemple la sélection de produits proposée page 4 pour son mois d'ouverture, issue du Rendez-vous gourmet joint en annexe).
- Vous proposez **chaque mois un nouveau Rendez-vous Gourmet** à partir duquel vous serez en mesure de présenter une nouvelle offre de saison à votre client.
- Vous disposez également de la **plaquette «La Carte»**, présentant des offres (sans prix) particulièrement adaptée aux besoins de votre client (sélection estivale).
- **Vos tarifs** sont presque tous présentés **à la portion**, ce qui permet à vos clients d'optimiser leur gestion.
- Vous avez la possibilité de vendre un **congélateur** à 600 € HT (prix public : 800 € HT) à votre client dans des conditions très intéressantes : **paiement en trois mensualités**.
- Vous disposez d'une marge de négociation sur les tarifs en fonction du volume sur lequel le client est en mesure de s'engager (2.5% pour un CA mensuel de 6 000 €, 3.5% pour un CA mensuel de 8 000 €).

## VOS OBJECTIFS

- 1) Trouver un accord avec le prospect pour être son fournisseur exclusif en glaces tout en lui faisant payer le congélateur.
- 2) Devenir le fournisseur dominant en produits surgelés en faisant s'engager le client sur un CA mensuel.