

Choisir le distributeur qui convient à votre produit alimentaire



Il est essentiel de trouver et de choisir le distributeur qui convient à votre produit alimentaire afin de percer vos marchés et de faire croître votre entreprise.

Votre recherche doit être approfondie afin que vous puissiez cibler tous les distributeurs potentiels, les évaluer pour déterminer s'ils conviennent à votre entreprise et établir les attentes quant à la relation que vous souhaitez entretenir. Le distributeur qui convient peut vous aider à entrer dans un nouveau marché et vous donner accès à de nouveaux canaux de distribution qui vous aideront à promouvoir et à lancer rapidement vos produits.

Cinq étapes pour choisir un distributeur

Étape 1 : Dressez une liste des distributeurs potentiels de l'industrie.

- Demandez à vos clients actuels et potentiels auprès de quels distributeurs ils achètent leurs produits ou préféreraient les acheter.
- Faites des recherches auprès des distributeurs qui offrent des produits semblables aux vôtres.
- Découvrez à quels distributeurs vos concurrents font appel.
- Recherchez des exploitants de distribution alimentaire en ligne.
- Demandez à d'autres fabricants de produits alimentaires de vous recommander des distributeurs.
- Participez à des rencontres, à des foires commerciales et à des activités de réseautage commanditées par d'autres organismes de l'industrie alimentaire afin de rencontrer des distributeurs potentiels.
- Passez en revue les listes d'exploitants de distribution alimentaire potentiels dans les publications spécialisées et sur les sites Web des associations de distributeurs.

Étape 2 : Réduisez le nombre de distributeurs potentiels.

- Déterminez à qui chaque distributeur vend des produits, p. ex., le secteur des services d'alimentation, l'industrie de l'épicerie ou le secteur de l'hôtellerie.
- Découvrez les territoires de vente que couvre le distributeur.
- Recherchez les types de produits alimentaires qu'offre le distributeur et déterminez si votre produit correspond à sa gamme actuelle.
- Découvrez depuis combien de temps le distributeur fait des affaires.
- Passez en revue la vision et les objectifs du distributeur pour évaluer s'ils s'harmonisent avec les valeurs et les objectifs fondamentaux de votre entreprise.
- Demandez à d'autres fabricants de produits alimentaires avec quels distributeurs ils ont déjà travaillé afin de connaître leur expérience.
- Déterminez les principaux concurrents du distributeur.

Étape 3 : Évaluez votre liste de distributeurs.

- Communiquez avec chacun des distributeurs potentiels de la liste que vous avez établie. Identifiez le décideur et demandez à lui parler. Évaluez l'intérêt de cette personne envers votre produit, demandez-lui de vous rencontrer si elle est intéressée par celui-ci et, dans la négative, remerciez-la de son temps et communiquez avec le prochain distributeur de votre liste.
- Si une rencontre est accordée, demandez au distributeur s'il peut vous donner un aperçu de ses capacités. Vous pourrez ainsi savoir avant la rencontre s'il convient toujours à votre entreprise et limiter les questions que vous devez poser.

Choisir le distributeur qui convient à votre produit alimentaire



- Préparez une présentation pour votre rencontre. Incluez des renseignements sur ce qui suit :
 - vos études de marché et vos ventes actuelles afin de démontrer une demande pour votre produit ainsi que des renseignements sur ce qui distingue votre produit de la concurrence;
 - vos activités de marketing, comme les démonstrations, un calendrier de promotion, du matériel promotionnel, des feuilles de vente ou des remises de lancement;
 - vos modalités, comme votre commande minimale, le calendrier de paiement et les rabais pour paiement anticipé;
 - votre capacité de production, le délai d'exécution des commandes et la façon dont vous gérez les pénuries;
 - les renseignements sur la responsabilité de produits, une preuve d'assurance et la façon dont vous traitez les retours ou les pertes;
 - le format et le poids de vos conditionnements, le code universel des produits (CUP) et l'étiquetage qui répond aux exigences réglementaires;
 - la durée de conservation de votre produit, les dates de péremption et la durée de conservation garantie lors de l'expédition;
 - la livraison de votre produit, y compris la façon dont il sera expédié, le prix de livraison, les remises sur le ramassage, la résistance des caisses d'expédition et votre politique sur les produits endommagés.

Il est essentiel d'avoir une connaissance approfondie des activités du distributeur afin de démontrer que vous êtes sérieux dans votre travail avec lui. Pendant la rencontre, demandez des renseignements supplémentaires sur l'entreprise, notamment ce qui suit :

- Utilise-t-elle une majoration ou une marge brute pour calculer son prix? En général, un distributeur a besoin d'une marge brute de 20 % à 30 % pour acheter, entreposer, vendre, livrer et facturer un produit d'un fournisseur.
- La majoration ou la marge brute change-t-elle en fonction du type de produit, du rayon ou du type de client auquel il vend? Découvrez la majoration ou la marge brute de votre produit.
- Quels types de services sont inclus dans la majoration ou la marge brute?
- Y a-t-il des frais de traitement, d'entreposage ou de transport supplémentaires?
- Des frais sont-ils associés au programme, comme des frais de publicité à frais partagés, des remises sur volume ou des remises de facturation centralisée?
- Avez-vous l'occasion de former son personnel de vente?
- Comment le distributeur gère-t-il un fournisseur? A-t-il déjà établi de solides relations avec des fournisseurs? Qui sont ses fournisseurs, depuis combien de temps travaille-t-il avec eux, à quelle fréquence les appelle-t-il et comment préfère-t-il communiquer avec eux (p. ex., par téléphone, en personne ou par courriel)?
- Comment gère-t-il un client? A-t-il déjà établi de solides relations avec des clients? Qui sont ses clients, depuis combien de temps travaille-t-il avec eux, à quelle fréquence les appelle-t-il et comment préfère-t-il communiquer avec eux (p. ex., par téléphone, en personne ou par courriel)?
- Quel est le processus de manutention des stocks? Découvrez :
 - qui serait la personne-ressource de votre entrepôt;
 - s'il y a des exigences en matière de conditionnement des produits;
 - où se trouve l'entrepôt;

Choisir le distributeur qui convient à votre produit alimentaire



- l'espace dont dispose l'entrepôt;
- comment le distributeur surveille les niveaux de stocks;
- sa capacité à faire le suivi du roulement du personnel;
- les détails sur le système de commande;
- le délai d'exécution des commandes;
- ses méthodes d'expédition.

Quelles sont ses capacités de vente et de marketing? Découvrez :

- la taille de son équipe de vente;
- ses compétences techniques;
- sa capacité à générer des pistes;
- ses compétences de vente;
- comment elle promeut et présente des produits.

Quelles sont les connaissances du distributeur sur son marché? Découvrez :

- la taille;
- sa capacité à prévoir avec précision les ventes futures et à suivre le rythme de la croissance potentielle;
- sa réaction aux changements dans les attentes des consommateurs.
 - Qu'exige-t-il d'un fournisseur pour travailler avec lui (p. ex., exigences en matière d'expédition et d'assurance)?
 - Comment mesure-t-il le succès d'un produit?
 - Offre-t-il un produit semblable au vôtre? Dans l'affirmative, comment les ventes ont-elles été réalisées par le passé?
 - Quelles sont ses tendances de vente actuelles? Sont-elles différentes de celles des trois dernières années?
 - Est-il stable financièrement? Découvrez :
 - ses antécédents en matière de crédit;
 - les ventes annuelles;
 - le taux de croissance;
 - les mesures de rendement et sa comparaison avec les entreprises similaires du secteur;
 - la taille de ses comptes et leur longévité;
 - quand et comment vous recevrez les paiements.
- Quels sont ses plans d'avenir? Il peut s'agir de sa stratégie de croissance, d'acquisitions ou de fusions anticipées ou de son plan de relève.
- Souhaite-t-il tenir votre produit en stock? Dans l'affirmative, posez des questions sur les prochaines étapes du processus. S'il est intéressé, demandez-lui de vous parler de la première commande, du nombre d'UGS qui l'intéresse et du volume dont il a besoin. Dans le cas contraire, remerciez-le pour son temps.
- Après la rencontre, déterminez les caractéristiques les plus importantes que vous recherchez chez un distributeur et classez-les par ordre de priorité. Consignez tous les renseignements dans une grille pour que vous puissiez facilement évaluer la compatibilité globale du distributeur avec les valeurs et les objectifs fondamentaux de votre entreprise. Voir l'exemple ci-dessous.

Choisir le distributeur qui convient à votre produit alimentaire



- **Exemple :** Évaluation basée sur les caractéristiques du distributeur : 0-Très mauvais, 1-Mauvais, 2-Bon, 3-Excellent

Priorité	Caractéristiques du distributeur	Distributeur potentiel 1	Distributeur potentiel 2	Distributeur potentiel 3
1	exigences acceptables en matière de majoration et de marge brute	2	3	3
2	capacité de vente et de marketing adéquate	3	0	2
3	bonne stabilité financière	2	3	0
4	potentiel de croissance adéquat	3	1	3
5	excellente connaissance du marché	3	1	3
6	antécédents de relations solides avec des fournisseurs et des clients	3	3	2
7	adéquation globale	2	1	1
Total		18/21	12/21	14/21

Étape 4 : Faites le suivi de votre liste restreinte de distributeurs.

- Communiquez avec les distributeurs de votre liste pour évaluer leur intérêt continu à travailler avec votre entreprise et à distribuer vos produits. S'il souhaite travailler avec vous, fixez un autre rendez-vous pour discuter de votre relation d'affaires et de vos attentes ainsi que pour conclure l'entente.
- Au cours de la discussion, les deux parties doivent indiquer clairement leurs rôles et responsabilités et trouver des réponses aux attentes. Il est important de discuter des points suivants :
 - Configuration des codes de commande;
 - Stratégie de détermination des prix et de vente;
 - Volumes;
 - Échéanciers;
 - Paiements;
 - Pertes de produits;
 - Maintien d'un personnel de vente qualifié et formé;
 - Engagement à maintenir les stocks;
 - Exigences relatives au conditionnement d'expédition;
 - Exigences en matière d'assurance;
 - Styles de communication;
 - Clause d'exclusivité ou de non-concurrence;
 - Durée de votre contrat;

Choisir le distributeur qui convient à votre produit alimentaire



- Démonstrations, foires commerciales ou autres exigences de participation aux programmes.
- Si la rencontre se déroule bien, offrez de fournir des échantillons de vos produits à remettre au personnel du comptoir des commandes, aux représentants commerciaux, aux agents de commercialisation et au personnel de direction des ventes avec la première commande du distributeur.

Étape 5 : Concluez l'entente.

- Comprenez clairement l'offre et les limites du distributeur.
- Passez en revue le contrat avant de le signer. Assurez-vous que tous les détails de votre relation sont clairement documentés et que vous êtes d'accord avec eux. Ne communiquez pas vos préoccupations après avoir signé l'entente. Assurez-vous que les deux parties comprennent les modalités de l'entente.
- Signez le contrat, puis préparez et envoyez votre première commande.
- Surveillez étroitement le rendement au cours des six premiers mois et rencontrez le distributeur pour en discuter. Si votre croissance est interrompue, découvrez pourquoi et collaborez avec le distributeur pour régler les problèmes directement.

Le choix d'un distributeur pour votre produit alimentaire peut être aussi stimulant que stressant. N'oubliez pas de faire vos devoirs et d'effectuer une recherche approfondie sur vos options. Une fois que vous avez choisi un distributeur, assurez-vous que les conditions de votre relation et que vos attentes sont clairement définies. Vous devrez également déterminer les mesures correctives que vous prendrez si le distributeur ne satisfait pas les attentes décrites dans votre contrat, y compris la résiliation de votre contrat si vos problèmes ne peuvent être résolus.

Il s'agit de l'une des relations les plus importantes que vous établirez pour votre entreprise. Votre distributeur est un prolongement de votre entreprise et de votre marque, alors assurez-vous qu'il convient le mieux à vos besoins et à votre entreprise.

Renseignements additionnels :

Accédez au site www.manitoba.ca/agriculture/food-and-ag-processing

Accédez au site www.manitoba.ca/foodbusiness.index.fr.html

Courriel : mbagrifood@gov.mb.ca

Suivez-nous sur Twitter @MBGovAg

Visitez la [chaîne YouTube d'Agriculture Manitoba](#) (en anglais seulement)