

MISSION 3

PRÉPARER LA NÉGOCIATION COMMERCIALE

Monsieur Libert veut confirmer le sentiment qu'il a d'avoir de bonnes chances d'être référencé chez Botanic. Il vous demande d'approfondir vos recherches afin de voir si l'enseigne correspond à votre stratégie commerciale et, si c'est le cas, de préparer la négociation.

- 1) Relevez les caractéristiques de l'offre de Graine de Café qui correspondent aux valeurs de Botanic.
- 2) Rédigez les arguments de vente correspondant à ces caractéristiques.
- 3) Dans l'éventualité d'un référencement de Graine de Café chez Botanic, listez les différents points qui feront l'objet de la négociation.



DOC. 4



Identifiez un produit non présent en hypermarché et recensez les caractéristiques qui pourraient convaincre le distributeur de le référencer.

MISSION 4

ACCOMPAGNER LE RÉFÉRENCIEMENT DU PRODUIT

Monsieur Libert se demande également s'il pourra prendre en charge seul toutes les missions liées à la commercialisation de son produit dans une enseigne de grande distribution. Il vous demande de recenser ces missions.

- 1) Définir les objectifs commerciaux des visites à l'acheteur central, au directeur de magasin, au chef de rayon et à l'employé(e) libre-service.

DOC.

4 Site internet de Botanic

Engagés mais pas enrégés !

Non seulement botanic® a des valeurs mais, en plus, elle n'hésite pas à les afficher. Voire à essayer de les faire partager ! L'enseigne de jardinerie naturelle a envie que ces valeurs fassent des petits parce que ce sont elles qui rendront notre monde meilleur ! Entreprise responsable, elle vise la performance sociale et environnementale autant que la performance économique.

Botanic® s'est engagée pour un jardin au naturel, optant pour un choix fort et coûteux mais qui la porte dans toutes ses décisions : la suppression des pesticides et des engrais chimiques de ses rayons, dès 2008. Pour le respect de soi et des autres, de la terre bien sûr mais aussi, à très courte échéance, de sa propre santé et de celle de ses enfants. Ce sont nos convictions que nous mettons en rayon !

Engagée mais pas enrégée, botanic® se bat au quotidien pour le mieux vivre ensemble, pour le droit à la différence.

Commencer, certes, mais pas à n'importe quel prix, voilà notre fil conducteur.

Consommer, certes, mais pas à n'importe quoi, ni n'importe comment, voilà peut-être le vôtre.

Consommer pour se faire plaisir, bien entendu, sélectionner rigoureusement des produits de qualité.

Consommer pour se réaliser, aussi.

n°1 : L'AUDACE

Nous invitons nos collaborateurs à tout tenter pour agir dans le sens de l'intégrité, du courage, dans la recherche de ce qui est juste. Nous cherchons à développer des innovations qui ont du sens.

n°2 : L'IMPLICATION

Créativité, passion, ténacité guident nos politiques et notre offre commerciale, dans le respect de chacun.

n°3 : LE BIEN-ÊTRE

Satisfaction et épanouissement, climat de bonne ambiance font le bon équilibre de tous, pour une grande efficacité dans le travail.

n°4 : LA PROXIMITÉ

Disponibilité, écoute et convivialité sont des valeurs qui nous sont chères. Ainsi que l'idée d'un partage avec nos clients, avec nos collaborateurs, avec nos fournisseurs.

n°5 : L'AUTHENTICITÉ

Sincérité, simplicité, humilité, nous cherchons toujours à mettre nos actes en cohérence avec nos paroles.

<https://www.botanic.com/page/contenu?code=nos-valeurs>