

PRÉPARER ET RÉUSSIR UNE PRÉSENTATION À UN ACHETEUR DANS LE RÉSEAU DE LA RESTAURATION ET DE L'HÔTELLERIE

La Direction de l'accès aux marchés du MAPAQ propose aux entreprises tout au long de l'année des rencontres d'affaires en tête à tête (B2B) avec des acheteurs. Si vous choisissez de participer, vous avez avantage à mener au préalable une réflexion sur votre stratégie de développement et à déterminer les objectifs que vous poursuivez : augmenter vos parts de marché, présenter de nouveaux produits, développer votre réseau de distribution, trouver de nouveaux partenaires, etc.

Ces rencontres en tête à tête sont de courte durée (de 20 à 30 minutes) et peu coûteuses. Pour maximiser leurs retombées, il est important de bien se préparer et de se rappeler certaines règles.

AVANT L'ACTIVITÉ, PRÉPAREZ-VOUS BIEN.

- Vous avez reçu au préalable un document présentant le profil de l'acheteur avec qui vous avez rendez-vous. Consultez-le et informez-vous sur l'entreprise par le biais du site Internet, par exemple. Assurez-vous d'avoir une bonne connaissance du marché visé, de la clientèle cible, de leur offre de menus, banquets ou services de traiteurs et des besoins de l'acheteur.
- Préparez ou révisiez votre liste de prix ainsi que vos conditions et modalités de paiement.
- Préparez d'avance des présentations courtes et percutantes faisant ressortir en quoi vos produits seraient un apport significatif pour l'acheteur et quelles retombées ils pourraient avoir sur les bénéfices de celui-ci.
- Préparez un document de présentation attirant pouvant être remis à l'acheteur. Il devrait contenir vos coordonnées, la description de l'entreprise (historique, mission, valeurs, votre raison d'être, réussites, etc.), votre gamme de produits (caractéristiques, description technique, caractère distinctif), votre offre d'affaires, des documents de références (revue de presse, certifications, liste de clients actuels).
- Apportez des fiches techniques sur vos principaux produits. N'oubliez pas de mettre un numéro de téléphone et le nom du responsable des ventes.
- Ayez un site Internet qui répond à toutes les questions sur vos produits et qui permet de passer des commandes. Un tel site est un gage de succès.
- Apportez des échantillons de vos produits pour les laisser aux acheteurs, si c'est possible.
- Prévoyez le matériel nécessaire à la dégustation. (ex : verres, couverts, ustensiles).
- Apportez des outils promotionnels (brochures, échantillons, recettes, etc.) en quantité suffisante. Certains produits sont plus difficiles à présenter. Vous devez trouver une façon originale de les mettre en valeur.

PENDANT L'ACTIVITÉ, BIEN SE METTRE EN VALEUR.

- Soyez accompagné d'un chef cuisinier, mixologue ou spécialiste de vos produits, si possible.
- Faites déguster vos produits en vous assurant d'avoir une belle présentation. Servez les produits à la bonne température.
- Démontrez en quoi vos produits répondent à un besoin du consommateur, à une tendance du marché et en quoi ils se distinguent de ceux offerts par la compétition. Vous devez aussi indiquer les bénéfices qu'obtiendra l'acheteur.
- Démontrez la crédibilité, le savoir-faire, la solidité et la fiabilité de votre entreprise. (réussites à ce jour, certifications, clients et partenaires crédibles, délais de livraison garantis, emballages adaptés au marché et les possibilités de services que vous offrez).
- Mettez en avant vos nouveautés et vos bons coups.
- Adoptez une attitude positive et ouverte. Montrez-vous attentif aux besoins et aux attentes de l'acheteur. Posez des questions pour bien cerner ses besoins.
- Adaptez votre discours à l'acheteur. Ne soyez pas insistant.
- Prenez des notes sur l'acheteur rencontré. Ne vous limitez pas aux renseignements figurant sur sa carte professionnelle. Ayez en mains un bloc-notes (ou tablette électronique) qui vous permettra d'écrire les principales questions et les points de suivi.
- Concluez la rencontre en résumant les principaux points de discussion et en mentionnant le suivi que vous allez effectuer.

APRÈS L'ACTIVITÉ, ASSUREZ UN SUIVI.

- Faites un suivi rapidement après la rencontre en envoyant un courriel et en rappelant les caractéristiques de votre produit. Fournissez les renseignements demandés par l'acheteur durant la rencontre et expédiez les documents ou les échantillons demandés.
- Évaluez les retombées de l'activité. Dans certains cas, vous n'en retirerez aucun avantage financier, mais vous aurez obtenu les informations nécessaires pour adapter votre offre et votre stratégie.