



APPRENDRE À VENDRE SON VIN « Je suis quasiment devenu un commercial à temps complet »

« **GRÂCE À MON CONSEILLER COMMERCIAL**, j'ai arrêté de faire une chose : me lamenter. Nous avons commencé à enregistrer de bons résultats même s'ils sont encore insuffisants mais nous sommes sur la bonne voie. C'est sans aucun doute grâce à lui mais surtout grâce à nous. Il nous a aidé à ne pas perdre ni le moral, ni la confiance, à accepter le fait qu'on puisse continuer à vendre du vin AOC même si dans le même temps, tout le monde dit que c'est la catastrophe. Aujourd'hui, je suis quasiment un commercial à temps complet ».

RENAUD LIMBOSCH,
VIGNERON AU CHÂTEAU
TIFAYNE EN GIRONDE.
« M'assurer les services
d'un conseiller commercial
est le meilleur investissement
que j'ai pu faire, en
temps et en argent. »

DU CONSEIL COMMERCIAL COUSU MAIN

NON AU PRÊT À PORTER ➔ Certains le qualifient de coach commercial. Fabrice Chaudier, ancien cadre commercial, reconverti dans le conseil aux vignerons se considère plutôt comme un révélateur. Son truc : le conseil sur mesure.

“ J’ai un principe simple : mettre le monde vigneron en général et les vignerons indépendants en particulier face à une réalité commerciale qu’ils ignorent ”, estime Fabrice Chaudier qui a monté une société de formation et de conseil baptisée Némésis et basée en Gironde. Celui-ci éprouve toujours le même étonnement en constatant “ le gouffre ” qui existe entre le fonctionnement des entreprises commerciales et celui du monde agricole. “ J’ai travaillé avec de grosses coopératives dans lesquelles il n’y avait pas de directeur commercial, pas de tarifs, pas de connaissances du prix de revient. Des éléments pourtant basiques. Le monde viticole ne s’est jamais posé ces questions car la concurrence était inexistante. Aujourd’hui, il accuse un retard considérable mais ce ne sont pas des choses compliquées à acquérir ”. Fabrice Chaudier cultive sa différence avec d’autres cabinets de conseil. “ J’écoute le vigneron et je colle à ses besoins. Contrairement à l’audit, je ne dis pas ce qu’il faut faire. Je ne fais pas de conseils prédéfinis et vendus de la même façon à tout le monde. Je m’introduis dans l’entreprise et je fais du sur-mesure en accompagnant le vigneron aussi longtemps qu’il le souhaite. ”

Le premier travail de Fabrice Chaudier lors de la prise de contact consiste à “ ouvrir les yeux ” du vigneron sur la réalité de son marché. “ Je présente les statistiques de l’OIV et je montre qu’au niveau mondial, la part de marché des vins de qualité est en croissance. On ne peut construire une stratégie commerciale sans une vision réaliste du marché. ”

Ne pas perdre de temps sur des actions peu rentables

La deuxième étape est celle de l’apprentissage pour certains, de la révision pour d’autres des bases de la commercialisation. “ Cela permet d’établir un diagnostic de leur propre commercialisation, de faire un bilan et de se rendre compte bien souvent que l’on est très mauvais dans le suivi commercial des clients. On vend à un intermédiaire sans se préoccuper du devenir du produit, sans savoir si celui-ci est satisfait. ” Reste



FABRICE CHAUDIER. “ Le différence ne se fait pas entre ceux qui seraient bons ou mauvais vendeurs, mais entre ceux qui agissent sur le marché mettent de la pression sur leurs clients et ceux qui ne le font pas. ”

ensuite à monter un plan d’action sur l’année. “ On se retrouve ensuite ponctuellement au cours d’entretiens. Le vigneron peut me téléphoner dès qu’il en sent le besoin. Je ne me substitue pas à sa force commerciale. Je lui fais faire et je l’accompagne. Le vigneron, pris par son quotidien, ne voit plus l’essentiel. Mon objectif est qu’il se pose, prenne du recul afin que les choses évidentes apparais-

sent. Beaucoup pensent que le développement passe par une multiplication des actions. Or, ils perdent parfois beaucoup de temps sur des actions peu rentables. Au lieu de suivre les clients. La différence ne se fait pas entre bons et mauvais vendeurs mais entre ceux qui agissent sur leur marché, mettent un peu de pression sur les clients et ceux qui ne le font pas. Il faut être capable une fois que la première vente a été faite de garder le contact avec le client, d’anticiper ses besoins, ses commandes plutôt que d’attendre qu’il rappelle éventuellement ”. Tout cela bien sûr a un coût. “ Mais il y a un avantage : ce type de prestations peut bénéficier de financement dans le cadre de la formation type Vivea. Le travail de l’intervenant extérieur est aussi d’apporter à la structure le financement qui lui permettra de payer la prestation et la lui rendre accessible. ”

CLAUDINE GALBRUN

TÉMOIGNAGE

“ Un bon coup de pied aux fesses ”

Je cherchais désespérément une formation à la commercialisation depuis trois ans. Toutes celles auxquelles je m’étais inscrit avaient été annulées, faute de combattants. Quand enfin une s’est mise en place, j’ai fait la connaissance de Fabrice Chaudier. Nous avons alors tout repris à zéro au cours de l’année 2005 et je dois dire que l’apport le plus significatif a été de me donner un bon coup de pied aux fesses. J’ai donc arrêté de me lamenter et je me suis demandé si je faisais tout pour profiter des opportunités. Nous avons entrepris une réflexion sur nous-mêmes. Étrangement, nous nous sommes rendu compte que nous avons trop de clients, trop de prospects. On se dispersait. Nous avons fait un bilan commercial de chaque client et suivi ceux qui avaient du potentiel afin de concrétiser avec eux plutôt que d’aller vers tous et d’attendre des éventuelles commandes.

Avec deux fois moins de contacts, nous vendons deux fois plus de vins. Aujourd’hui, je suis avant tout un commercial. Je crois que Fabrice Chaudier m’a surtout donné confiance en moi. Il nous a permis une prise de conscience et nous a fait accepter de changer de méthodes. En plus, il y a une prise en charge de ses prestations par le fonds de formation. C’est le meilleur investissement que j’ai fait en temps et en argent. D’ailleurs, je résigne avec lui pour des actions ponctuelles en 2006. Ce qui est vraiment appréciable est de pouvoir, quand un problème se pose, en discuter avec quelqu’un.



● Renaud Limbosch, vigneron au château Tifayne en Gironde