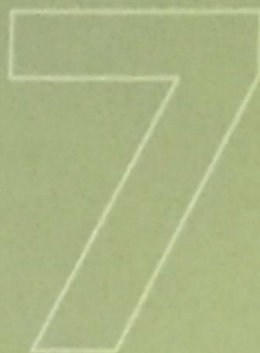




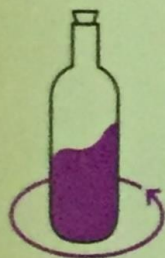
VIGNERONS BIO
NOUVELLE AQUITAINE

MÉMORANDUM
ÉCONOMIQUE
VIN BIO

Édition 2020



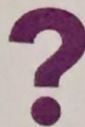
GUIDE DE BONNES PRATIQUES COMMERCIALES DU VIGNERON BIO



Des consultants en commercialisation et des vignerons bio répondent aux problématiques et questionnements régulièrement rencontrés par nos adhérents en proposant des stratégies et astuces à adopter.

LE PRIX

Comment tenir les prix face à des acheteurs qui ont des exigences précises sans en démordre... avec la sentence :
« si vous ne vous adaptez pas, j'irai voir ailleurs »



L'ART DE LA NÉGOCIATION... TOUT UN PROGRAMME !

Une première approche consiste à se demander : « est-ce que je peux faire sans ce contrat ou non ? ».

Si cette transaction vous est indispensable, il faudra essayer au maximum d'arriver à un **accord gagnant/gagnant**. Par exemple : si je fais un effort sur le prix, j'exige en retour des conditions de paiement avantageuses, ou de volume...

Il faut dans tous les cas que les deux parties aient le sentiment de gagner quelque chose. C'est **la base de toute relation commerciale saine**. Pour cela, vous devez connaître très précisément votre marge de manœuvre (en termes de prix, de volume...) pour savoir quoi concéder sans vous mettre en difficulté, et exiger en retour ce que vous jugez légitime. Vous devez également avoir une attitude pédagogique : l'acheteur

doit comprendre quelles sont vos **contraintes, pour l'amener à accepter vos conditions**.

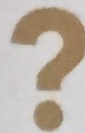
Une seconde approche consiste à construire le prix avec son acheteur, en partant du prix final consommateur. L'acheteur et le vigneron sont donc en équipe pour vendre le produit et **la relation n'est plus subie comme une confrontation** où chacun essaie d'en tirer le maximum.

En tout état de cause, **la négociation ne s'improvise pas**, elle requiert de la rigueur et de la méthode. **Elle nécessite d'y être formé**, pour connaître les différentes phases à maîtriser.





Comment ne pas souffrir de la réputation actuelle du vin de Bordeaux ?



Que l'on soit en Bio ou non, les vignerons de Nouvelle-Aquitaine, sont principalement des producteurs de vins d'appellation. On est donc très fortement lié au contexte de son AOC. Appartenir à un groupe doit être utilisé comme une force : il faut justement s'appuyer sur Bordeaux, ne pas l'éviter.

Cela étant, c'est bien votre vin, de votre domaine, que vous commercialisez, et non l'appellation. Il faut donc bien travailler votre « storytelling » : définissez vos valeurs, vos caractéristiques propres, votre histoire personnelle... L'objectif est de mettre en avant votre production et ses particularités sans subir le poids de l'appellation mais plutôt en l'utilisant comme un socle pour s'élever.

En tout état de cause, il est conseillé d'anticiper ce genre de remarque, en préparant des outils de réponse pour ne pas vous laisser surprendre et toucher par la critique.



**VOUS COMMERCIALISEZ,
VOTRE VIN, VOTRE
DOMAINE ET ENSUITE
L'APPELLATION**

Comment aller au-delà de la pudeur et la susceptibilité que l'on peut avoir quand on vend un produit que l'on crée ?



En tant que créateur, (oui car quand on vinifie, on crée !) l'assurance s'acquiert par un savant dosage entre : travail, estime de soi et « on ne peut pas plaire à tout le monde » !

Il faut donc vinifier son vin en faisant tout pour qu'en premier lieu, on en soit satisfait soi-même. Vous arriverez d'autant mieux à vendre votre produit si vous avez vous-même plaisir à le boire et que vous en êtes fier.

Ensuite, suivez des lignes directrices : « je m'étais fixé tel objectif produit, pour tel marché, j'ai réussi ». En identifiant ce que recherchent vos acheteurs, vous vous assurerez de leur proposer des vins qui correspondent à leurs attentes.

Enfin, pour ce qui est de l'appréciation subjective de votre vin, pourquoi laisser le pouvoir de jugement aux intermédiaires ? Appuyez-vous sur la demande actuelle ! « Ce n'est pas moi qui dis que mon vin est bon, c'est le consommateur ».



**VOUS ARRIVEREZ
D'AUTANT MIEUX
A VENDRE VOTRE
PRODUIT SI VOUS
AVEZ VOUS-MÊME
PLAISIR A LE BOIRE
ET QUE VOUS EN
ÊTES FIER.**

PAROLES D'EXPERT

Fabrice Chaudier
fabricechaudier@aol.com ; 06 15 07 26 67
www.fabricechaudier.fr

« Ne parlez pas de tarif mais de prix de vente consommateur. »

« Partez du consommateur. Quand vous vendez à des particuliers chez vous ou lors d'un salon, vous ne rencontrez que peu de difficultés : le prix, la qualité, la présentation, votre discours, tout semble convenir au consommateur final. Votre expérience en vente cet acquis : quel que soit le sujet, les freins, repartez du consommateur ; ne parlez pas de tarif mais de prix de vente consommateur, appuyez sur vos résultats qui vous assurent que vos vins plaisent. Pourquoi douter, se laisser faire par un acheteur, alors que vos consommateurs vous apprécient ? »

