

**Vendre plus de vos produits à la
ferme, c'est possible**

**Bob Cobbledick
Cobbledick Services
324 Lake St. Grimsby ON L3M 1Z4**

**Peut-être que vendre plus de
produits, c'est le mauvais titre!
Peut-être que ça devrait être Faire
plus de profit à la ferme.**

**Si vous vendiez vos pommes à
2,00\$ chaque, vous n'auriez pas
besoin de vendre beaucoup plus
de pommes**

Ça peut sembler absurde, mais....

Première réalité des marchés

Dans un marché compétitif une façon répandue de maintenir sa part des marchés est de réduire le prix.

Le problème de tenter de compétitionner sur les prix c'est qu'il y a toujours quelqu'un qui est prêt à vendre pour moins cher.

Deuxième réalité du marché

Mais que se passe-t-il si les grandes chaînes, les marchés de cultivateurs et les autres kiosques vendent leurs produits à des prix plus bas que ce qu'il faut pour que vous réalisiez un profit?

Est-ce que le consommateur peut percevoir une différence entre vos pommes et les leurs?

En marketing la perception est la réalité
(Mais sucré acheté au kiosque VS au supermarché)

Comment vous distinguer de votre compétition?

1 – En vous concentrant sur vos AVANTAGES

Pourquoi les gens feraient-ils un détour de 20 km pour acheter chez vous?

Quels sont VOS avantages sur le marché? (1)

- Votre produit goûte-t-il meilleur?
- Vos fruits sont-ils plus gros, croustillants et colorés?
- Vos vendeurs sont-ils plus attentionnés ou amicaux?
- Avez-vous plus de variétés ou des variétés différentes par rapport aux concurrents?
- Vos étalages sont-ils plus attrayants?

Quels sont VOS avantages sur le marché? (2)

- Séparez-vous les différents produits?
- Avez-vous un meilleur emplacement?
- L'ambiance à l'intérieur et à l'extérieur du point de vente est-elle meilleure chez-vous?
- Les gens ont-ils du plaisir à visiter votre ferme, y apprennent-ils des choses?

Vous ne voulez pas que vos produits soient une denrée (essence)

Pour faire plus de vente vous devez :

- Attirer plus de clients
- Les clients doivent venir plus souvent
- Les clients doivent acheter plus à chaque fois (vente moyenne par client)

L'apparence extérieure est TRÈS importante (1)

Attrait dès la chaussée ou comment votre point de vente paraît à ceux qui passent sur la route

- Gardez le gazon bien tondu
- Enlevez les mauvaises herbes
- Les champs près de la route doivent être impeccables
- Plantez les variétés les plus tardives près de la route

L'apparence extérieure est TRÈS importante (2)

- Rafraîchissez la peinture du kiosque, au moins les garnitures
- Procurez-vous la meilleure enseigne que vous puissiez vous payer (l'enseigne est là 24 heures et 7 jours)
- Stationnement hors de la route, sécuritaire, organisé et bien sec
- Placez des antiquités, des fleurs, des buissons pour décorer la devanture du kiosque

Pourquoi l'attrait dès la chaussée est importante

- 1 – Attire l'attention de l'automobiliste
- 2 – C'est leur première impression de votre entreprise
- 3 – C'est votre image (propreté, fierté de votre ferme)

Des fleurs, de la peinture fraîche et des affiches le long de la route durent bien plus longtemps qu'une annonce payée dans les médias

N'éliminez pas toute publicité dans les médias, surtout si votre emplacement n'est pas idéal. Vous devez considérer ce qui sera le plus avantageux.

Obtenez des enseignes de toute première qualité (à la ferme et pour diriger la clientèle vers la ferme)

Le client le PLUS FACILE à attirer chez-vous c'est celui qui passe devant.

Enquête 2004 de l'OFFMA sur la publicité

50% de bouche à oreille
18% les enseignes près de la route
12% les gens ont vu le kiosque en passant
80%

- **Tout le reste n'a attiré que 20% des consommateurs auprès de qui on a fait l'enquête**

OFFMA (Ontario Farm Fresh Marketing Association)
(Association pour les ventes à l'état frais à la ferme de l'Ontario)

Amélioration à l'intérieur pour augmenter votre chiffre d'affaire

- **Gardez l'intérieur du kiosque propre et ordonné** (des chandails pour le personnel avec des cocardes pour les identifier)
 - **Contrôlez la circulation dans le kiosque** (plus les gens en voient plus ils vont en acheter)
 - **Contrôlez l'éclairage** (attirer leur attention sur ce qu'ils viennent acheter)
 - **Faites plusieurs catégories de pommes** (calibre, qualité, prix, différents contenants)
 - **Offrir des échantillons**
 - **Soyez amicaux** (accueillez les gens avec un sourire et un bonjour cordial, tentez de vous rappeler leur nom)
 - **Diversifiez vos produits** (d'autres fruits ou légumes, des confitures, des cadeaux, des pâtisseries)
- Créez une atmosphère accueillante** (antiquités, rideaux, un foyer)

Soyez unique (des choses que la compétition n'a pas)

Augmenter la vente moyenne par client

- 1 – **Amélioration de la circulation des clients**
- 2 – **Élargissez votre gamme de produits**

Les tendances que je vois dans la vente à la ferme

1 – Les habitudes d’achats sont en train de changer

La tendance est d’acheter moins de produit de base
Dr. David Kohl – Virginia Tech. (5 min./ jour)

Les tendances que je vois dans la vente à la ferme

1 – Les habitudes d’achats sont en train de changer

2 – Demande accrue pour des produits à valeur ajoutée

Tartes aux pommes, muffins, biscuits, pâtisserie, etc
Enquête sur la vente à la ferme en Ontario: la pâtisserie c’est 33% des ventes brutes
(en ajoutant une pâtisserie vous pourriez augmenter vos ventes de 50%)

Les tendances que je vois dans la vente à la ferme

- 1 – Les habitudes d’achat sont en train de changer**
- 2- Demande accrue pour des produits à valeur ajoutée**

3 – Plus de demande pour du service alimentaire (Nouvelle voiture de Tom)

Offrez des collations: pommes confites 2\$ chaque, pommes au caramel 2,50\$ chaque
(mais sucré déjà cuit, mais soufflé, barbe à papa, jus de pomme et de fraise)

Pourquoi de la valeur ajoutée, des services alimentaires et une pâtisserie

- 1 – **Changement des habitudes quotidiennes**
(moins de temps à préparer les repas 2015 5 min/jour)
- 2 – **Pour augmenter votre vente moyenne par client** (c'est plus facile que d'en attirer des nouveaux)
- 3 – ... permet d'être **UNIQUE**

Conclusion

Être UNIQUE c'est essentiel

Pour des ventes à répétition, la qualité est primordiale

(c'est la prière du vendeur de produit frais)

Le client le plus facile à attirer c'est celui qui passe déjà devant chez vous

Le détail c'est des détails ?
