

Grands Comptes Utilisateurs :

Comprendre leurs enjeux et agir efficacement avec eux



Pour qui ?

Directeurs de département foodservice, responsables grands comptes, comptes-clés, responsables de force de vente CHF ou de développement des ventes, responsables marketing, chefs de produits et trade marketers.

Aucun prérequis n'est demandé.

Programme

► Le panorama du marché des Grands Utilisateurs (Avec le support du Panorama complet du marché de la CHF, édité par GECO Food Service.)

- Les marchés de la CHF et les Grands Comptes Utilisateurs : chiffres clés, segments, métiers, segmentations et concentration.
- Politiques d'approvisionnement et de logistique produits.
- Leur réseau / front de vente : politique, animation.
- Valorisation de l'offre : clients, tickets moyens / segments, politique de marges.
- Zoom sur quelques acteurs (offres, fonctionnement et caractéristiques).

► Exercices pédagogiques de mises en situation avec 3 concepts-métiers / 3 enseignes illustratives :

1. **Restauration rapide / Vente à emporter** : Burger King
2. **Restauration assise à thème** : Léon de Bruxelles
3. **Self-service adultes restauration collective** : Elior Entreprises

ETAPE 1 : « Se mettre à la place d'un responsable d'offre utilisateur. »

- Positionnement et stratégie : métier, réseau, axes de croissance / développement, priorités... Évolutions suite Covid-19.
- Clientèle : clients, clients des clients, profils, tickets moyens...
- Politiques d'offres : caractéristiques, description, spécificités... Évolutions Covid-19.
- Organisation interne : fonctions clés, mode de décision, process de référencement...
- Politiques d'achat : organisation, critères clés, process décisionnel, timing...

Intervention d'un « Grand Utilisateur »
et déjeuner en sa compagnie
(sous réserve de disponibilité)

ETAPE 2 : « Identifier les attentes produits / services des Grands Utilisateurs. »

- Quelles logiques de sélection d'une offre produit industrielle à travers 3 produits : 1 produit food « chef », 1 produit food « convives », 1 boisson ?

- Quels bénéfices distincts utilisateurs / consommateurs ?
- Comment estimer le potentiel annuel et la chaîne de la valeur globale, du consommateur à l'industriel, d'un produit pour un réseau / une enseigne Grand Utilisateur ?
- Comment utiliser avec pertinence ces arguments ?

ETAPE 3 : « Optimiser l'activation opérationnelle vers les Grands Utilisateurs : bonnes pratiques marketing-vente-revente. »

Quelle méthode efficace de mise en œuvre prévoir (étapes, actions...) : ciblage bons interlocuteurs, selon quel ordre / timing, comment agir auprès d'eux avec quelle logistique et quelle coordination des distributeurs ?

Objectifs pour les participants

- **Renforcer le savoir**, les connaissances de base du marché de la CHF (organisation, acteurs, tendances...).
- **Comprendre les besoins et attentes des Grands Comptes Utilisateurs** (enseignes de restauration).
- **Acquérir une méthodologie pour agir efficacement** avec ces enseignes (développement de partenariats, contrats, ventes).
- Développer son professionnalisme.

Une attestation de participation est délivrée à l'issue de la formation, validant les acquis.

Moyens pédagogiques et encadrement

► Intervenants :

- **Eric NARDIN**, GPS2
- **Laurence VIGNÉ**, GECO Food Service
- **Echange avec un acteur du marché.**

► **Supports** : Présentation PowerPoint / Etude de cas / Grilles d'analyse.

► **Durée de la formation** : 7 heures



187 rue du Temple • 75003 PARIS • Tél. : 01 53 01 93 10
E-mail : geco@gecofoodservice.com
Site internet : www.gecofoodservice.com