

OPTIMISER LES ACHATS DE LA SECTION JARDINAGE POUR DE MEILLEURS PROFITS

La terre noire, c'est aussi « la bête noire » des marchands, détaillants et grossistes. Beaucoup d'espace est nécessaire pour son entreposage et son étalage. Ce produit représente pourtant à lui seul plus de 40 % des ventes totales du marché horticole toutes marques confondues partout au Québec. Mais la rentabilité sur ce produit est faible en général.

La terre à jardin, communément appelée « top soil », représente aussi une part importante (20 %) du marché horticole. Avec 60 % du marché, ces deux produits ne représentent pas ou peu de profits et même que vous êtes perdants à l'occasion quand vous prenez la peine de calculer ce que vous coûte votre pied carré pour ces types de produits. Sans parler des pertes importantes en sacs déchirés et percés.

Malheureusement, la plupart du temps, aucune entreprise de la chaîne de production et de distribution ne peut être tenue responsable de ces pertes car les grossistes et les détaillants veulent tous un prix A-1 et un service de livraison rapide. La qualité de l'emballage vient donc assez loin dans les priorités des détaillants pour ces deux types de produits qui servent souvent à attirer la clientèle printanière.

La surface utilisée pour les ventes « loss leader » au printemps coûte très cher à tous les détaillants. Attirer la clientèle en leur réservant des centaines de pieds carrés dans vos cours ou magasins diminue donc votre rentabilité.

Il devient alors important de prioriser et de promouvoir les produits à valeur ajoutée avec une visibilité accrue sur ces items rentables. Au lieu de miser uniquement sur des dizaines et centaines de palettes de produits non rentables ni aux consommateurs, ni aux détaillants, ni aux grossistes et ni aux producteurs, changer vos habitudes en priorisant les produits à valeur ajoutée en vedette rapportera en dividendes dans votre commerce beaucoup plus qu'aux banques....

Détaillants, ajustez votre tir en faisant des promotions sur les items qui se vendent au détail 4,99 \$ (avec un rabais à 2,99 \$). Ce sera plus payant que de payer 0,89 \$ un sac de terre qui se revend 0,89 \$, sans parler des sacs brisés, des clients mécontents par la piètre qualité des emballages et de la perte de surface de vente rentable. Changer votre façon de faire sera bénéfique pour vous, les détaillants. N'oubliez pas que le printemps, pour le consommateur,

JACQUES GOSSELIN
collaboration spéciale
Président de Fertilec



commence toujours à Pâques et le pic des ventes se situe autour du week-end de la Fête nationale des Patriotes (ex-fête de Dollard) qui est tardif cette année, soit les 21, 22 et 23 mai.

Rappelons qu'au Québec, à cette date lors d'une saison normale, c'est 40 % à 50 % de tous les produits de jardinage (végétaux, fleurs annuelles et vivaces) qui se vendent durant cette semaine précise en autant que la température soit favorable.

Sur ce, bonne saison et un bel été 2011 avec beaucoup de ventes rentables à vous tous.



Photo: Semico – Centre jardin

MULTIPLIEZ VOS FORCES



RDTS vous en donne la possibilité en offrant :

- une couverture nationale
- plus de 200 employés à votre service
- des rapports en ligne accessible 24/24 hrs et 7/7 jrs
- Certifié ISO 9001

Pour des maintenances régulières, des projets spéciaux, des formations et des installations PLV, unissez vos forces à l'équipe de RDTS.



1 888 385-7387

www.rdts.ca