



Atelier sur la Commercialisation de l'Artisanat Marocain aux Etats-Unis

Developper une stratégie pour le marché américain

Par
Elaine Bellezza
Handicraft Value Chain Expert



Bellezza Global Consulting (BGC)
www.bellezzaglobalconsult.com
info@bellezzaglobalconsult.com



Une stratégie pour le marché américain

Maintenant, vous avez vos collections et les points d'entrée à VOS créneaux choisis

Mais comment accéder au marché aux États-Unis ?

1. Participer aux Salons professionnels aux États-Unis ou ceux que les acheteurs américains visitent
2. Créer un site Web pour les grossistes et le promouvoir aux acheteurs
3. Partager votre catalogue et votre site et les prix avec les acheteurs professionnels
4. Inviter les acheteurs dans votre pays (en collaboration avec le gouvernement) pour des salons au Maroc ou des tours individuels, ou des missions commerciales au Maroc



Une stratégie pour le marché américain

Il est important d'être préparé avant de rencontrer les acheteurs américains.

La meilleure stratégie pour conquérir le marché est:

- Avoir les bons produits à des prix qui correspondent au marché:
 - Des produits qui sont des produits tendance
 - Qui sont adaptés aux marchés de niche choisis
 - Des produits que vous pouvez produire en quantité
 - Produits dans des collections entières

Vous vendrez plus si vous avez des produits et collections moins nombreux, mais qui sont bien ciblés pour le marché.

Dès lors que vous avez des acheteurs actifs, les collections croîtront chaque année.



Collection Fer

Collection Ceramic

Collection Ver

Niche: Cuisine



Une stratégie pour le marché américain

Pour préparer :

1. Déterminer le type d'acheteurs qui convient le mieux à votre entreprise
 - Faites une étude de marché et des acheteurs spécifiques.
Connaître les produits vendus et à quel prix
 - Concevoir vos collections POUR l'acheteur cible et les créneaux cibles
 - Créer des produits qui sont adaptables à une production de masse
 - Connaître les sources et les prix de vos matières premières
 - Être réaliste quant à votre capacité de production et cibler des acheteurs qui sont appropriés à votre taille



Comment pouvez-vous contacter les acheteurs?

- Pouvez-vous les appeler ou les écrire directement?
- Qui contactez-vous dans l'entreprise?
- Pouvez-vous aller aux salons où ils exposent?
- Pouvez-vous prendre rendez-vous et leur rendre visite directement chez eux?
- Pouvez-vous demander à vos autres clients (acheteurs) des recommandations?
- Votre collègue qui leur vend peut-il vous recommander?
- pourriez-vous faire du marketing social pour obtenir leur intérêt?
- Trouver un promoteur pour que vos produits soient publiés dans des magazines que vos acheteurs lisent
- Participer à un salon où les acheteurs peuvent aller

Quelle est votre expérience?



Vous avez déjà créé des collections de produits.

Pour le prochain exercice, vous allez construire une stratégie pour entrer sur le marché en fonction des collections que vous avez créées.

Exercice:

Étape 1 : Prix des produits

- Vous avez un ou deux Catalogues des États-Unis provenant de grandes entreprises qui affichent les prix. Ce sont des catalogues de marché moyen avec des prix moyens.
- Trouvez des produits similaires à ceux que vous avez créés. Notez les prix. Déterminez si vos produits sont dans la gamme de prix.
- Si ce n'est pas le cas, déterminez alors ce que vous pouvez faire pour altérer les produits afin qu'ils s'adaptent à la structure de prix du marché



Étape 2 : Construction de collections

- Après avoir consulté les catalogues, déterminez s'il serait sage pour vous d'ajouter de nouveaux designs à vos collections

Étape 3 : Efficience

- Discutez de la capacité de production et de ce que vous pouvez faire pour augmenter la capacité et l'efficience
- Discutez des méthodes de contrôle de la qualité qui résulteront d'un maintien à un minimum d'erreurs

Étape 4 :

- Déterminez les types d'acheteurs avec qui vous aimeriez travailler
- Décidez si vous souhaitez effectuer des foires commerciales, et si oui, lesquelles
- Aimeriez-vous collaborer avec d'autres entreprises et comment organiseriez-vous cela ?

Étape 5 :

- Créez un plan global et présentez-le au groupe. Tenez compte des budgets pour les activités. Les dépenses de marketing font partie de vos frais généraux et doivent être soutenues par les ventes.