

Enjeux de marché et positionnement

Quel sera le rôle du distributeur de demain ?



Le contexte

La mondialisation et le niveau de maturité des marchés ont pour effet de transformer la chaîne de distribution, entraînant ainsi des défis majeurs pour les distributeurs. On constate notamment une concentration au niveau de la fabrication, de la distribution et du commerce de détail qui se traduit plus concrètement par :

- L'intégration de la distribution et du commerce de détail par les grandes chaînes.
- L'augmentation du pouvoir d'achat des détaillants par l'entremise de franchises, de bannières et de regroupements d'achat.
- La transformation / superposition des rôles : manufacturier-distributeur et distributeur-manufacturier.
- Une lutte de pouvoir entre les fabricants, les distributeurs et les détaillants pour le contrôle des réseaux.

Le devenir du distributeur

Dans ce contexte, comment le distributeur justifiera-t-il sa raison d'être dans la chaîne de distribution ? Plus précisément :

- Par rapport aux mouvements anticipés chez les fabricants et les détaillants, quelles stratégies de positionnement faudra-t-il privilégier ?
- Quel modèle d'affaires devrions-nous adopter ?
- Devrait-on développer nos propres marques de commerce et faire fabriquer selon nos spécifications ?
- Devra-t-on développer nos propres réseaux de vente au détail ?

En définitive

Comment l'entreprise s'adaptera-t-elle aux nouvelles réalités du marché ?

Notre offre

Une approche d'accompagnement de la direction pour positionner l'entreprise de distribution et ajuster son modèle d'affaires :

Compréhension des dynamiques des marchés et les enjeux qui y sont associés.

Analyse du positionnement actuel de l'entreprise par rapport à celui des concurrents.

Identification des enjeux majeurs de l'entreprise en lien avec l'offre, la demande et les autres joueurs du réseau, soit les fabricants et les détaillants.

Identification des stratégies de positionnement possibles.

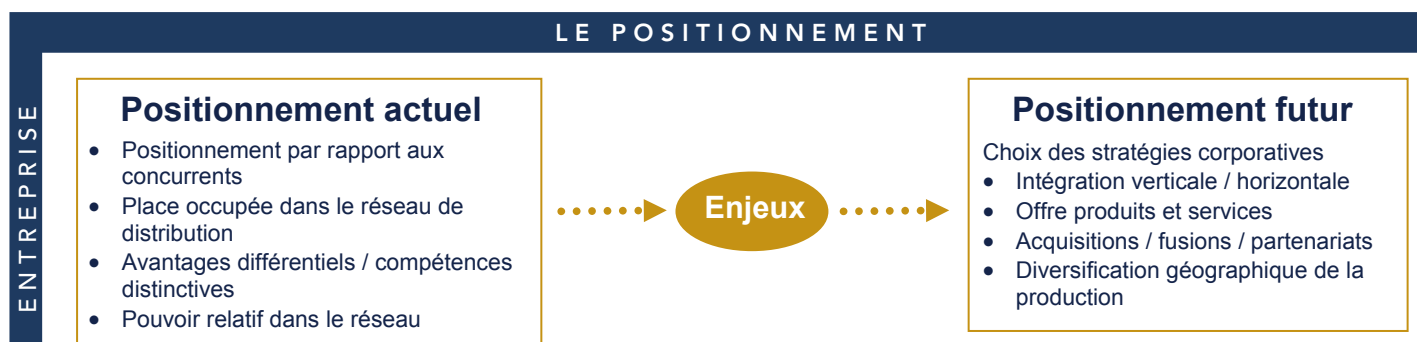
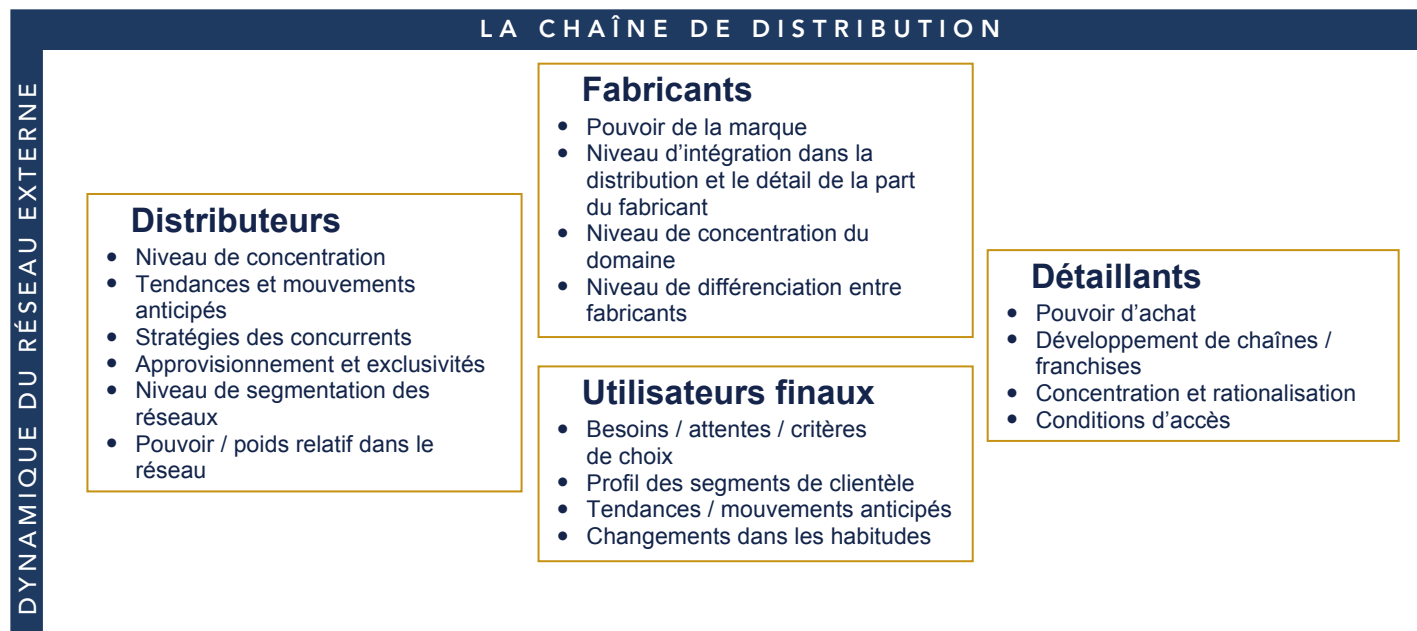
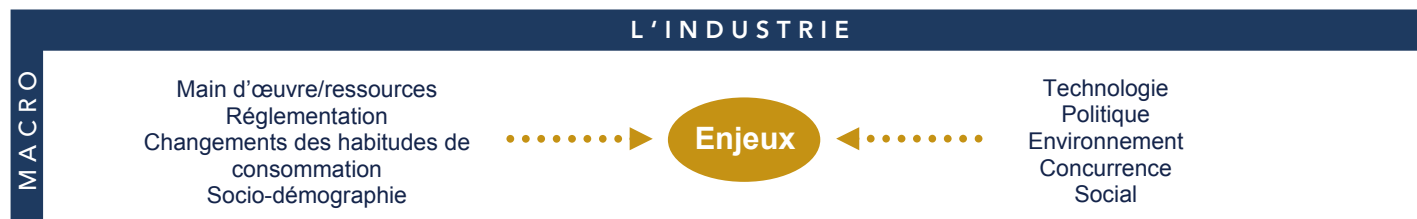
Définition des axes de développement et de croissance.

Identification des conditions de succès.

Notre expertise

- Une expérience de plus de 25 ans dans le secteur manufacturier et les réseaux de distribution associés.
- Plus d'un millier de mandats en entreprise dans les secteurs manufacturiers et leurs filières : approvisionnement, production, distribution et services.
- Connaissance de la dynamique de la distribution.
- Champs d'intervention multiples :
 - Choix des réseaux de distribution.
 - Définition des stratégies de distribution en fonction des réseaux ciblés.
 - Analyse des environnements de marché.
 - Diagnostic marketing.
 - Coaching et accompagnement.
 - Réflexion stratégique.
 - Enquêtes de satisfaction des clients.

Notre démarche



Notre équipe

L'équipe de conseillers du Groupe Dancause est spécialisée en accompagnement et en coaching des gestionnaires. Ses axes d'intervention se situent au niveau de la stratégie d'affaires et du marketing stratégique.

Elle compte parmi sa clientèle des entreprises œuvrant principalement dans les secteurs suivants : industriel, innovations technologiques, institutions financières, assurances, agro-alimentaire, touristique et culturel. Elle œuvre à partir de ses places d'affaires situées à Québec, Montréal et Paris.

Pour en savoir plus sur le Groupe Dancause, contactez-nous ou visitez le www.dancause.net.