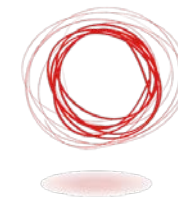




Atelier sur la Commercialisation de l'Artisanat Marocain aux Etats-Unis

Renforcer les partenariats avec les acheteurs
Le Rôle des Coordinateurs d'Acheteur

By
Elaine Bellezza
Handicraft Value Chain Expert



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



Veuillez éteindre votre téléphone portable



Renforcer les partenariats avec les acheteurs

Une perspective du point de vue de l'acheteur

Les Acheteurs professionnels achètent auprès de vous parce qu'ils pensent :

- qu'ils peuvent vendre vos produits dans le Marché des États-Unis pendant plusieurs années
- que vous allez livrer de bons produits à temps
- que vous voudrez travailler avec eux pendant de nombreuses années

Le travail de l'acheteur est d'acheter des produits, et réussir à les vendre aux États-Unis, en espérant que ce soit durant les années à venir.

- Si un acheteur achète des produits qui ne se vendent pas, il peut perdre son travail
- Si un acheteur effectue un voyage d'achat et n'obtient pas assez de produits, il peut perdre son travail
- Si un acheteur commande des produits pour Noël et qu'ils sont livrés en retard et doivent rester en stock pendant un an, l'acheteur peut perdre son travail



Les acheteurs veulent sans cesse augmenter leurs achats partout où ils voyagent.

C'est votre travail de développer des produits qu'ils peuvent acheter et de donner un bon service.

C'est la base d'une relation durable et fructueuse pour l'acheteur et le vendeur.



Afin de réussir, le partenariat doit être gagnant pour tous



Les acheteurs savent que votre entreprise doit réaliser un profit et croître, car sinon ils vous perdront comme client.

Mais ils ne sont pas toujours conscients des défis auxquels vous faites face en tant qu'entreprise, dans un environnement parfois difficile.

Un vrai exemple:

Une entreprise vendait à un grand acheteur des États-Unis

Les employés du port ont fait la grève et la livraison a été complètement arrêté pendant un mois

La compagnie des États-Unis voulait annuler la commande, mais elle était déjà complète et chargée dans les conteneurs

C'était la grève qui causait le problème, quelque chose que le vendeur ne pouvait pas contrôler

L'acheteur des États-Unis ne pouvait pas concevoir qu'une grève de port avait impacté toutes les livraisons d'un pays entier !



En tant que partenaire, comment géreriez-vous cette situation?



Il y a quatre clés pour un partenariat acheteur/producteur réussi

- Flexibilité
- Équilibre des pouvoirs
- Confiance
- Communication



1. **La flexibilité** est importante, particulièrement au début. Les deux côtés devraient être flexibles pour répondre aux exigences de l'autre
2. **Équilibre des pouvoirs** - L'acheteur a besoin de vous et vous avez besoin de l'acheteur. Parfois, l'un ou l'autre des côtés doit céder un peu d'équilibre pour que le partenariat fonctionne.
3. **Confiance** – ceci vient avec le temps, et grandit graduellement grâce aux deux côtés faisant de leur mieux pour honorer leurs engagements
4. **Communication** – Une communication ouverte, honnête, et respectueuse est à la base de tout, sans quoi le partenariat dérivera et se dissoudra probablement.



Avez-vous des expériences que vous aimeriez partager ?



Respect des délais – Un des plus importants accords

Le marché des États-Unis est dominé par des saisons et jours fériés – Noël, la Fête des mères, la Saint-Valentin, etc.

Si le délai est manqué, les produits seront refusés, et **vous ne serez pas payé**, ou ils resteront en stock pendant un an et **vous perdrez la commande de l'année prochaine**.

S'il y a un problème avec le délai, informez l'acheteur le plus tôt possible

Quelques méthodes pouvant faciliter le respect des délais :

- Créer un calendrier de production et le suivre souvent
- le calendrier doit se terminer au moins deux semaines plus tôt que nécessaire
- Achetez tous les matériaux pour la commande avant le début de la production
- Avoir plus de producteurs que nécessaire
- Ne promettez jamais un délai que vous ne pouvez pas respecter



Échantillons, Avances, et Rétro-facturations

Échantillons

- Tous les acheteurs vous demanderont de générer des échantillons, un peu ou beaucoup
- Au commencement, il est important d'avoir une politique d'échantillon et de leur indiquer clairement la politique.
- Les acheteurs ne réalisent souvent pas comme la création d'échantillons est chère pour vous, et il est compréhensible que vous facturiez les échantillons

Avances

- À part les très grands acheteurs, ils donnent normalement une avance de 50 %
- Certains règlent le solde lorsque les produits sont expédiés, d'autres paient lorsque les produits sont livrés et la qualité est vérifiée



Rétro-facturations :

Pourquoi les retro-facturations?

- Les produits arrivent cassés
- Ils ne conformes pas aux spécifications
- Ils sont sales ou dans tout autre état les rendant invendables
- Le délai n'est pas respecté
- Ils contiennent du plomb ou d'autres éléments interdits
- Ils ont des moisissures sur la surface

Attention: Les rétro-facturations pourraient consommer votre profit entière ou plus

Pour éviter les retro-facturations:

- Avoir d'excellents systèmes d'assurance et de contrôle de la qualité
- Avoir de bonnes méthodes d'emballage
- S'il y a des divergences envoyer des photos le plus tôt possible pour leur
- Discuter des politiques de rétro-facturation en avance, et si possible de demander une copie de sa politique.

Avez-vous eu des expériences de rétro-facturations ?







Coordinateurs d'acheteur

(Aussi appelés « Agents » ou « Fournisseurs »)

Le lien le plus négligé dans la chaîne de valeur de l'artisanat

Les acheteurs achètent auprès de nombreux producteurs différents ils ont besoin de quelqu'un pour organiser leurs commandes

Les **Coordinateurs** sont payés par l'acheteur, en général un pourcentage allant de 7 % à 15 %, selon le niveau de responsabilité et la taille des commandes.

Leurs services incluent :

- Gestion des commandes de plusieurs groupes
- Communication
- Gérer les paiements
- Résoudre des problèmes
- S'assurer que les délais sont respectés
- Emballage et expédition
- l'assurance qualité
- Identifier de nouveaux produits ou groupes

Pour garantir la transparence, les acheteurs enverront la commande avec les informations financières au coordinateur et aussi au chaque artisan



Dans TOUS les pays, les acheteurs demandent toujours des recommandations pour les coordinateurs. Il y a simplement trop peu de gens pour remplir ce rôle.

Dans certains pays, des entreprises de production fortes deviennent aussi coordinatrices.

C'est une opportunité qui attend d'être saisie.

Quelle expérience avez-vous du travail de coordinateur ou avec un coordinateur au Maroc ?

