

**Objet:** Digital & Numérique, le nouveau miroir aux alouettes ?

**Date:** samedi 30 mai 2020 à 20:26:16 heure d'été d'Europe centrale

**De:** Jacques DABERE

**Cci:** Jacques DABERE

**Pièces jointes:** image001.png, image002.png, CARRE-PERSEVAL @ 8 € 20200522 LEADERPRICE Cormontreuil 1.pdf, CARRE-PERSEVAL @ 8 € 20200522 LEADERPRICE Cormontreuil 2.pdf, Expéditions mondiales 1900 2020 .pdf



## Newsletter N°4 - Jacques Dabère 30 mai 2020

### N°4 : Digital & Numérique, le nouveau miroir aux alouettes ?

Avant de traiter du sujet principal, je vous propose de faire le point sur mes remarques et conseils des trois newsletters précédentes :

- Succès des offres « Libération », recommandées dans la newsletter N° 3 du 18 avril : le record est à 2.000 cols vendus, combien chez vous ? Bien entendu, cela demandait à avoir déjà mis en place une vraie structure tarifaire...
- Prêts Garantis par l'État, un « Joker » précieux que je vous invitais à solliciter dans la newsletter N°1 du 16 mars, grâce à un plan de trésorerie bien construit : plus de 3.000 déjà accordés dans le seul département de la Marne (les réponses sont positives à 98 %) pour 170.000 € en moyenne\*. C'est réglé chez vous ?
- Carré-Perseval à 8 € en promotion chez LeaderPrice à Cormontreuil, voir photos jointes. Un non-événement car simplement un déstockage local (très maladroit) mais un mauvais signal que la grande distribution pourrait vouloir suivre en fin d'année.

---

#### Digital & Numérique, le nouveau miroir aux alouettes ?

Les temps sont difficiles et pour longtemps, voyez en pièce jointe le graphique des ventes mondiales année après année depuis 1900\*\*.

Les crises précédentes nous avaient fait reculer d'une quarantaine de millions de cols, c'est l'hypothèse 1, mais celle-ci, à en croire le Comité Champagne selon L'Union d'hier, pourrait nous

ramener autour de 200 millions, un niveau jamais vu depuis le milieu des années 80...

Comme toujours en pareil cas, grossit la rumeur d'une solution miracle.

Qui n'existera jamais.

Voyons cela de plus près.

### **Communiquer est indispensable, c'est certain.**

Aujourd'hui encore, trop de vigneron de France ne contactent leurs clients fidèles qu'une fois par an, pour leur adresser, plus ou moins cordialement, un tarif qui généralement a déjà connu une hausse : le client n'a même pas droit à une dernière commande à l'ancien tarif.

Cependant, mettre une photo et trois lignes sur sa page Facebook ou autre Instagram, etc... est-ce communiquer efficacement ? C'est plutôt passif, d'accord ?

### **Publier c'est bien, mais être lu, c'est mieux.**

Combien avez-vous d'abonnés, combien de « likes » ou de commentaires reçoivent vos posts, en dehors de ceux d'une poignée de fidèles et d'amis proches, toujours les mêmes ?

### **La communication doit être active : passive, elle reste inutile.**

C'est pourquoi je recommande d'utiliser des « cartes postales » numériques : des photos et informations courtes, amusantes, variées, sur la vie de la vigne, le travail en cave, l'actualité de votre exploitation...

Des « cartes postales » que vous adressez par email à vos clients, une fois par mois : ça c'est actif !

Surtout sans aucune offre commerciale, simplement pour entretenir le contact.

Après chaque envoi, impérativement, vous mesurez au minimum le nombre d'ouvertures, le temps de lecture et le taux de transfert pour vérifier son succès et devenir meilleur de mois en mois.

### **Votre site Web : combien de visites par mois ?**

Et combien durent-elles ?

Combien de pages sont consultées, lesquelles ont le plus de succès ?

Si le site propose de télécharger des .pdf pour les fiches techniques, c'est arrivé combien de fois en 2019 ?

Toutes ces informations doivent vous être fournies au moins chaque mois par le créateur ou l'hébergeur de votre site, ou vous devez y avoir accès vous-même à tout moment.

Sinon, votre site, qui a coûté si cher, ne sert à rien : ce n'est qu'un journal que personne ne lit !

Vous devez créer le trafic et travailler en permanence votre référencement, par des « cartes postales », par des actualités fraîches et fréquentes, etc...

## **Comment vendre sur le Net ?**

Vous le savez, j'insiste toujours très fortement pour que vous indiquiez sur votre site le prix de vos cuvées.

Même si vous n'avez pas d'e-boutique.

Mais attention, pas n'importe quel prix : seulement le prix « drapeau » que nous avons (ou que nous aurons bientôt) construit ensemble.

Le prix à partir duquel vous pouvez vraiment accorder des remises à de nouveaux clients : pas celui où vous avez déjà tout donné !

**Se lancer dans l'e-commerce exige d'avoir soigneusement construit une véritable structure tarifaire :  
tarif de base, liste des remises applicables et formalisation de leurs conditions d'application.**

Il est évident que ceux qui continuent à travailler avec un tarif unique, celui des anciens clients particuliers fidèles, n'ont pas leur place sur la toile : ce serait même extrêmement dangereux...

Si ce travail sur les fondamentaux n'a pas été fait, mettre son prix sur le Net, c'est se tirer une balle dans le pied.

### **Faut-il créer une e-boutique en propre, ajouter un onglet sur son site ?**

Prenez bien le temps de la réflexion.

Le coût de création risque d'être lourd, plusieurs centaines d'Euros, pour des ventes quasi-nulles, surtout si votre site reçoit 3 visites par mois...

Des alternatives économiques existent, comme chez PlugWine qui peut héberger et gérer votre e-commerce sans que vous ayez à créer une e-boutique.

Votre e-boutique peut choquer vos clients fidèles, s'ils la voient comme le signe que vous ne voulez plus avoir de contact personnel avec eux, alors que c'est essentiellement cela que vos clients recherchent : vous n'êtes ni Nespresso ni la Fnac.

Mon conseil : travaillez plutôt avec des spécialistes de l'e-commerce, comme Twil, Les Grappes, Vente à la Propriété...

Ce sont des Pros, comme les cavistes traditionnels : chez eux, boutique en ligne ou boutique en brique, il y a toujours de nombreux clients qui passent la porte et cherchent « quelque chose ».

C'est avec ces « pros » qu'il faut développer une véritable relation de travail : pas seulement leur vendre vos bouteilles, mais les aider à les revendre par des plans d'action construits avec eux.

Si vous avez bien travaillé votre structure tarifaire, et je suis là pour le faire avec vous, vous aurez souvent une meilleure rentabilité en travaillant avec eux qu'avec vos clients historiques, et vous gagnerez ces nouveaux clients qui sont absolument indispensables.

Bref : « A chacun son métier ». Cette règle n'a pas pris une ride !

**Désolé, mais « Digital et Numérique » n'offrent aucune solution miracle.**

Ce ne sont que des outils de plus dans la caisse.

Comme tous les autres, ils demandent avant tout du concret, un apprentissage, de la rigueur et surtout... beaucoup de sueur !

Continuez à prendre soin de vous et de vos clients,

Et n'hésitez pas à me contacter pour faire le point sur votre structure tarifaire et votre stratégie numérique.

Bien sincèrement,

Jacques

\* Source : Reflets Actuels du 22 mai

\*\* Source : Chiffres CIVC, graphique Jacques DABERE



**Jacques DABERE**

70<sup>ème</sup> rue Ponsardin - F-51100 REIMS

Tel. +33 (0)3 26 82 04 67 Mob. +33 (0)6 81 64 33 76

[jacques@dabere.net](mailto:jacques@dabere.net) [www.dabere.net](http://www.dabere.net)

