

Le Marketing pour votre élevage Ayrshire

IL FAUT SE DÉMARQUER !

Afin d'arriver au but ultime soit d'obtenir de la reconnaissance pour votre ferme, il y a plusieurs étapes à franchir. Certaines semblent banales, mais elles ne doivent surtout pas être oubliées. Ce petit guide vous donnera quelques conseils simples, mais concrets, faciles à appliquer pour améliorer votre situation dans le monde agricole.

Tout d'abord, il faut savoir à quel point vous voulez exploiter votre marketing, et ce, en définissant des **objectifs concrets et réalisables** selon votre situation. De cette façon, ce sera plus facile d'agir en fonction des buts qu'il faut atteindre et ainsi, d'appliquer un meilleur plan de marketing.

Il faut aussi se **fixer un budget** qui sera accordé au marketing et prendre certaines décisions stratégiques en fonction de celui-ci. Ensuite, c'est le temps de passer à l'action !

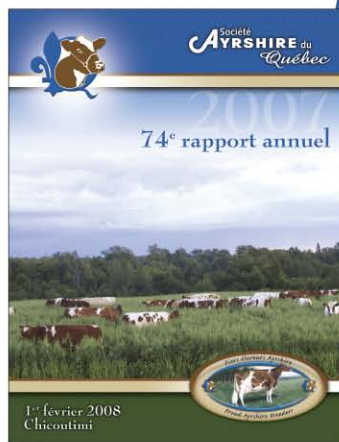
Avoir une image bien à soi ...

Outre le nom de votre ferme, votre entreprise doit posséder **une image** qui permet clairement d'associer l'un à l'autre. Cette image doit ensuite être sans cesse **répétée sur tous vos articles promotionnels** afin que les gens s'en rappellent. Une image, ce n'est pas seulement un logo, mais c'est aussi les couleurs et le style que vous donnez à vos créations. Cette marque permettra aux gens d'associer votre nom à votre image dans tous vos outils de marketing.

Par exemple, pour Ayrshire :

Faites comme nous AFFICHEZ VOTRE FIERTÉ

Faites valoir votre troupeau en ayant une image
corporative bien à vous...



Affichez-vous
**Faites
vous connaître
et reconnaître par vos
couleurs...**



4865, boul. Laurier Ouest Saint-Hyacinthe J2S 3V4
Tél.: 450.778.4334 • Téléc.: 450.778.3531
ayrqc@ayrshire-canada.com

Autres exemples :

- ∞ «Ferme XY = Rendement très élevé en production»
- ∞ «Ici, nous développons la santé du pis de façon exceptionnel»

Accueillir des visiteurs à la ferme

Certains éleveurs feront beaucoup de kilomètres pour se rendre à votre ferme afin de voir les sujets que vous offrez. Il est important de les recevoir adéquatement et ils doivent se sentir bien dans cette atmosphère, et ce, sans ressentir de la pression face à la vente. Demandez leur combien de temps ils ont pour la visite et respectez ce délai. De plus, il faut montrer votre troupeau à son meilleur. Les animaux doivent donc être propres et l'étable accueillante. Sachez que le bouche à oreille est une publicité efficace, autant positivement que négativement. De plus, il ne faut pas oublier que chaque visiteur est en fait un acheteur potentiel. Il est donc utile de tenir un livre des visiteurs afin de pouvoir les retracer facilement.

Lorsque des clients potentiels appellent ou vous rendent visite, **vous devez connaître les sujets que vous avez à vendre**. Pour vous aider, un registre bien tenu peut vous être utile. Celui-ci doit inclure une liste des animaux, les dates de saillie, les dates de vêlage, le ou les taureau(x) en service et les animaux devant vêler d'ici six mois. De plus, vous devez connaître la valeur de chacun de vos sujets afin d'être en mesure de leur attribuer un prix.

Cependant, lorsqu'un client vous visite, vous ne devez pas penser qu'à vendre vos sujets. En effet, vous devez faire valoir l'idée de la réussite qu'inspire votre programme de génétique, vos familles de vaches, votre sélection de taureaux, les

outils que vous utilisez (le contrôle laitier, la classification, etc.), la disponibilité des embryons et de la semence sexée que vous possédez, vos résultats d'exposition, votre site Web et votre publicité. Vous pouvez aussi rassurer l'acheteur en lui parlant de l'état de santé de vos sujets, et ce, en vous appuyant sur certains tests de santé.

Pour simplifier les visites et pour minimiser les risques d'erreurs, les animaux devraient être bien identifiés à l'aide d'une carte mise à jour régulièrement. Valacta offre les fiches descriptives de chaque vache que vous pouvez suspendre au-dessus de l'allée. Vous pouvez profiter de ce service!

Pour conclure votre vente en beauté, un simple coup de fil pour vous assurer de la **satisfaction de votre client** pourrait créer un lien de confiance qui ne peut qu'être favorable dans l'avenir. Le service après-vente peut s'avérer utile surtout dans le cas d'une vente à un client qui a très peu de sujets Ayrshire dans son troupeau. Vous pourrez alors lui suggérer un accouplement et demander du même coup si les animaux répondent aux attentes.

Consigner un animal lors d'une vente

Consigner un animal lors d'une vente, c'est une bonne façon de se faire une réputation. Que votre animal soit une vache ou une génisse, si vous souhaitez obtenir un bon prix lors d'une vente, vous devez vous y mettre dès sa naissance. Les animaux doivent être élevés avec soin, bien nourris, tondus régulièrement et avoir les sabots taillés. Si les sabots sont rarement ou jamais taillés, la démarche de l'animal sera affectée et il ne sera pas à son meilleur dans l'arène de vente. Aussi, il est important de dompter vos animaux pour qu'ils marchent bien et répondent correctement aux commandes du conducteur, afin d'éviter le chaos sur scène.

Lorsque vous choisissez un sujet à consigner, demandez-vous si vous désiriez acheter cette bête. D'ailleurs, ne vendez pas un animal qui présente un défaut majeur. C'est une réputation que vous vous faites lorsque les animaux déambulent dans l'arène. Aussi, les semaines avant la vente, les consignations apparaîtront dans les dépliants, les annonces ainsi que dans le catalogue. Cela fera donc parler de vos sujets.

Les heures précédents la vente, tenez vous proche de votre animal pour répondre aux interrogations des gens qui passent voir l'exhibit de vente. Vous pourrez ainsi parler de la famille de cet animal, ses antécédents, son état de santé ainsi que son environnement (habitué en stabulation libre, au pâturage). Si quelqu'un désire voir l'animal marcher, vous serez donc en bonne position pour le faire vous-même et ainsi, montrer l'animal à son meilleur. Aussi, ne pensez pas que le gérant de la vente fait tout. **Si vous connaissez des acheteurs potentiels pour votre bête, contactez-les quelques jours avant la vente afin de les inviter. Plus il y a d'enchérisseurs, plus le prix va monter.**

Même dans un cas comme celui-ci, il est judicieux de rappeler l'acheteur quelques jours après l'arrivée de la bête dans sa ferme afin de connaître sa satisfaction et ses interrogations s'il en a.

Des outils de promotion qui parlent ...

Plusieurs outils différents peuvent vous servir pour faire la promotion de votre entreprise. Voyez un peu l'éventail de produits qui s'offrent à vous.

PANCARTE DE FERME : Afin de s'afficher fièrement à la ferme, il est possible d'installer une pancarte de grande dimension indiquant les renseignements les plus importants, c'est-à-dire le nom de la ferme, les propriétaires et le numéro de téléphone de la personne ressource. La disposition des éléments doit être attrayante et visible afin de fournir les renseignements à ceux qui circulent en véhicule. Vous devriez aussi toujours avoir une pancarte de ferme lorsque vous avez un exhibit à l'exposition. Cela permet de bien identifier les exposants et de laisser un souvenir visuel de votre nom aux visiteurs. Identifiez bien vos animaux à l'exposition aussi. Cela permet aux acheteurs potentiels de voir vos animaux avant et après le jugement et ainsi aller discuter avec vous s'ils veulent avoir un prix.

CARTE D'AFFAIRES : Petite et pratique, la carte d'affaires est un outil de communication et de promotion. Elle permet de transmettre plusieurs renseignements importants et il est facile d'en remettre car vous pouvez toujours en avoir à portée de main. On devrait y retrouver des renseignements tels que le logo de l'entreprise, le nom de la personne ressource, l'adresse, le numéro de téléphone et de télécopieur ainsi que l'adresse de courrier électronique. Côté pratique, elle pourrait contenir la photo des propriétaires afin de reconnaître les gens, la photo d'une vache réputée ou bien des directions routières afin de faciliter une éventuelle visite. Somme toute, le graphisme de votre carte d'affaires doit être clair, lisible, mémorable et plaisant.

VÊTEMENTS ET AUTRES ARTICLES PROMOTIONNELS : Portés tous les jours peu importe la situation, les vêtements peuvent devenir un très bon outil de promotion. Manteau, veste, chemise et casquette sont les articles les plus populaires à faire broder. Portez-les lors d'occasions où vous rencontrez beaucoup de gens du milieu agricole, comme lors des expositions, les soupers-conférences, les réunions et les assemblées. Cependant, utilisez des vêtements personnalisés, afin de faire la

promotion de votre entreprise et non pas celle de vos fournisseurs ou de votre meunerie. Vous pouvez aussi utiliser d'autres outils de promotion comme les cartables Ayrshire Québec et des autocollants «*Fier Éleveur Ayrshire*». Vous pouvez aussi vous commander des crayons, tout le monde s'en sert et ils devraient pouvoir y lire facilement vos coordonnées.

DÉPLIANT DE FERME : La création d'un dépliant de ferme peut s'avérer une dépense importante sur le moment, mais vous devriez être rapidement gagnant. Les dépliants de ferme peuvent être distribués lors des portes ouvertes sur la ferme, aux expositions et en tout temps lors de discussions portant sur votre élevage. Premièrement, vous devriez avoir sur la page couverture une photo ou un concept qui s'associe facilement à votre ferme et inscrivez bien toutes vos coordonnées. Vous pouvez ensuite faire inscrire les prix que vous avez remportés, vos vaches étoiles, vos familles de vache, et bien plus. Soyez originaux et sachez attirer l'attention! Par contre, assurez-vous de toujours distribuer des dépliants qui sont à jour. Pour éviter de mettre trop d'argent dans la création de vos dépliants, reprenez la même conception et faites seulement des mises à jour. Si vous les faites toujours imprimer en petite quantité, les coûts ne devraient pas être trop élevés. Si vous désirez utiliser vos dépliants à l'international, il est important qu'ils soient adaptés aux autres nationalités. Par exemple, en Suède les indices MCR ne sont pas utilisés et aux États-Unis les productions de lait et protéines sont en livres.

PUBLICITÉ DANS LES REVUES : Il s'agit en fait d'une façon simple de se faire lire par plusieurs éleveurs. Il vous suffit de choisir une publicité qui respecte votre budget (conception et dimension dans la revue) et qui est en lien avec vos objectifs. Selon celles-ci, vous pouvez opter pour des publications locales, provinciales, nationales ou internationales. N'oubliez pas d'inclure votre image, c'est-à-dire votre logo, vos couleurs et votre style. **N'oubliez pas que Ayrshire Québec est présente pour**

vous soutenir dans vos démarches afin de créer des liens avec les journaux locaux, les partenaires de l'industrie et les différents intervenants et ainsi, vous permettent de publier les «bons coups» d'un éleveur ou de votre club. En plus, de garder le contact entre les membres, cela permettra d'être constamment visible dans l'industrie et ainsi faire parler des forces de notre race, la Ayrshire.

SITE WEB : De plus en plus utilisé par les producteurs agricoles, Internet est rendu une voie de communication facile et rapide. Cela permet aussi aux acheteurs potentiels de l'étranger de rester en contact avec votre réalité. Il est donc important de faire des mises à jour fréquentes. Mettez des liens entre vos bêtes et le site de Ayrshire Canada, où les généalogies sont accessibles en tout temps et mise à jour régulièrement.

VOTRE PRÉSENCE : Participer aux activités de votre club montre que vous désirez vous impliquer dans la race et cela ne peut qu'être bénéfique. Ces activités permettent de vous faire connaître et ensuite, votre nom devient plus familier pour des acheteurs potentiels. Participer aux expositions aussi vous permet de faire voir vos bêtes par de nombreux visiteurs, autant des éleveurs Ayrshire que ceux de d'autres races, et aussi des visiteurs de l'étranger. Les expositions majeures comme le Salon International Laitier, Madison et la Royale à Toronto offrent encore plus de visibilité au niveau international. Savez-vous ce qui motive les visiteurs internationaux à participer à ces activités d'envergure ? Ils veulent rencontrer et discuter de génétique avec les gens de l'industrie et les éleveurs, ils désirent voir les filles des taureaux éprouvés récemment, ils achètent parfois des embryons et de la semence et ils comparent la génétique d'ici à celles qu'ils ont chez eux. En effet, les embryons issus de vaches gagnantes lors d'exposition trouvent facilement un marché.

Ceci fait un survol des points importants qu'il faut tenir compte en élevage afin de rester productif, rentable et compétitif. N'oubliez surtout pas qu'il faut tout mettre en œuvre pour stimuler les ventes.