

# DEROULEMENT

## Exemple de répartition

Prise de contact  
Découverte des besoins

**Etudiant 1**

Découverte des besoins suite  
Reformulation  
Présentation de l'entreprise

**Etudiant 2**

Présentation de l'offre  
Argumentation

**Etudiant 3**

Argumentation suite  
Détection des signaux d'achat

**Etudiant 4**

Signature  
Prise de congé

**Etudiant 5**

## EXCEL

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1oVrpE34-nsTJJOKPp-PZFHsHgYtCdXwZLqSJyMWjjS0/edit?usp=sharing>

## Conférence de presse

Ferréol de Bony, directeur des achats et de la logistique de La Grande Épicerie de Paris, en novembre 2023, livre les clés pour avoir la chance d'être mis en rayon dans les deux magasins du groupe.

1. les critères de votre startup
2. Alignement avec l'ADN de La Grande Épicerie :
  - TeyTea offre des produits de qualité, en phase avec les attentes de La Grande Épicerie.
  - Nos boissons répondent aux critères des "trois B" : bons (goût et ingrédients), beaux (packaging moderne), et bio (ou responsables).
3. Focus sur l'Innovation et la Modernité :

- Tey'Tea introduit une boisson innovante avec des saveurs uniques et une canette refermable brevetée.
- Exemples concrets : La Grande Épicerie a déjà collaboré avec des start-up comme SuperNature et Confiture Parisienne, qui ont apporté des produits novateurs et de haute qualité.

#### 4. Expérience Client et Visibilité :

- Nous sommes prêts à participer pour des animations et dégustations en magasin, créant une interaction directe avec les clients.
- Comme ils le font souvent avec les start up qu'ils référence

#### 5. Engagement pour la Durabilité et la Qualité :

Nos produits respectent des normes élevées de durabilité et de responsabilité environnementale.

#### 6. Stratégie de Communication Innovante :

Nous avons une forte présence sur les réseaux sociaux, ce qui peut amplifier notre partenariat et attirer une clientèle plus large.

#### 7. Adaptation à la Clientèle Locale et Internationale :

Nos cibles et locales, et nos produits peuvent plaire aux touristes

## QUELS OUTILS

### ØLe produit - Ange

Tey'Tea = thé glacé innovant et adapté aux besoins des jeunes consommateurs actifs.

#### Composition :

- 85% d'infusion (eau et thé vert)
- Arômes naturels de fruits
- Sucre de canne biologique
- Antioxydants naturels
- Sans colorants, conservateurs, ni arômes artificiels

## Saveurs Proposées

- **Pêche** : Saveur classique et plébiscitée par les amateurs de thé glacé.
- **Framboise/Litchi**
- **Mangue/Ananas**
- **Passion**

## Canette Refermable : Brevetée en Europe

- **Pratique** : Refermable pour boire à votre rythme sans renverser.
- **Confort** : Parfaite pour les déplacements et activités en extérieur.
- **Sécurité** : Protège contre l'ajout de substances indésirables.
- **Écologique** : Canette recyclable, réduit l'utilisation de plastique.

## Conservation et Logistique

- **Conservation**
  - Non ouverte : 1 an après la date d'embouteillage.
  - Ouverte : 2 à 4 jours au réfrigérateur.
  - Mention "À conserver au frais après ouverture" pour informer le consommateur.
  - 0 un rayon frais car canette en aluminium + thé vert + antioxydant permet que ça ne s'oxyde pas car l'air et la lumière ne pénètre pas la boisson
- **Logistique** : Transport réfrigéré jusqu'au point de vente pour maximiser la durée de vie.

## Prix et Rentabilité=

- **Coût de production** : 0,75 € par canette
- **Prix de vente HT** : 1,20 € /canette
- **Marge** : 0,45 € par canette
- **Seuil de rentabilité** : 2083 canettes / mois

ØPowerpoint présentation de l'entreprise (équipe présentation de l'entreprise , ADN valeurs identité rse, ) - [Lisa](#)

diapo :

[https://www.canva.com/design/DAGG4HCXYPw/VqPsAUut-Gw9m8IbTml-ag/edit?utm\\_content=DAGG4HCXYPw&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAGG4HCXYPw/VqPsAUut-Gw9m8IbTml-ag/edit?utm_content=DAGG4HCXYPw&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

## Bienvenue chez Tey'Tea

Nous sommes Tey'Tea, une start-up française dynamique qui révolutionne le marché des boissons avec un esprit novateur et créatif. Spécialisée dans la création de thés glacés uniques, notre entreprise a été fondée par un quatuor d'entrepreneurs passionnés — Ange, Lisa, Inès et Idir. Nous nous distinguons par notre engagement envers l'innovation et la durabilité.

Notre marque reflète notre désir de répondre aux goûts modernes tout en respectant l'environnement. Avec des saveurs innovantes, nous offrons une alternative rafraîchissante et responsable aux thés glacés traditionnels. Chaque canette refermable garantit fraîcheur et praticité, permettant à nos consommateurs de savourer leur boisson préférée à tout moment et en tout lieu.

Chez Tey'Tea, nous sommes fiers de produire des boissons qui plaisent non seulement par leur goût mais aussi par les valeurs fortes de responsabilité sociale et écologique qu'elles véhiculent.

**Présentation** : Ensemble, nous travaillons avec passion pour développer des produits qui non seulement répondent aux attentes de nos clients mais contribuent également à un avenir plus durable. Notre équipe est constituée de :

**Ange** : Co-fondateur, apporte son expertise en gestion et stratégie d'entreprise.

**Lisa** : Co-fondatrice, dirige les efforts de marketing et de communication de la marque.

**Inès** : Co-fondatrice, responsable du développement produit et de l'assurance qualité.

**Idir** : Co-fondateur, supervise la logistique et la distribution.

**ADN de Tey'Tea** : L'essence de Tey'Tea réside dans notre capacité à fusionner innovation et tradition. Notre ADN est marqué par une quête incessante de différenciation et d'authenticité, orientée vers la satisfaction des désirs et besoins de la génération Z, tout en respectant l'environnement.

<p><b>Calcul prix net-net après services</b></p>
--

#### **Nos Valeurs Fondamentales :**

**Innovation** : Nous poussons constamment les limites de ce qui est possible dans le domaine des boissons, introduisant des saveurs et des concepts d'emballage qui redéfinissent les normes du marché.

**Durabilité** : Chaque décision que nous prenons vise à réduire notre impact environnemental. Cela se traduit par l'utilisation d'ingrédients durables et d'emballages entièrement recyclables, soulignant notre engagement envers la planète.

**Qualité** : La promesse de Tey'Tea à ses consommateurs est simple : offrir la meilleure qualité possible. Cela concerne aussi bien la sélection des ingrédients que nos méthodes de production, assurant une expérience de consommation supérieure.

**Engagement Social** : Nous nous efforçons de faire une différence positive dans la communauté, en soutenant des initiatives locales et en promouvant des pratiques éthiques à travers notre chaîne d'approvisionnement.

**Identité de Tey'Tea** : Vibrante et contemporaine, Tey'Tea est une marque qui parle directement à un public jeune et diversifié. Nos boissons sont conçues pour ceux qui cherchent à intégrer plaisir et responsabilité dans leur consommation quotidienne, reflétant un mode de vie à la fois actif et conscient.

**Engagement de l'entreprise** : Tey'Tea s'engage à maintenir ces valeurs au cœur de toutes ses actions. Notre objectif est de continuer à innover tout en respectant nos principes éthiques, assurant ainsi que chaque interaction avec nos produits soit à la fois enrichissante et respectueuse de l'environnement.

ØPowerpoint offre (produit goût caractéristique compo , cible, PLV, communication...) - Lisa diapo ;  
[https://www.canva.com/design/DAGG4HCXYPw/VqPsAUut-Gw9m8IbTml-ag/edit?utm\\_content=DAGG4HCXYPw&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAGG4HCXYPw/VqPsAUut-Gw9m8IbTml-ag/edit?utm_content=DAGG4HCXYPw&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

## Tey'Tea : Détails du Produit

### Caractéristiques du Produit :

- **Contenance et Matériau :**

**Volume** : Chaque canette contient 33 cl, une taille idéale pour un équilibre entre quantité et portabilité, facilitant la consommation en déplacement.

**Matériau** : Aluminium recyclable, choisi pour sa légèreté, sa robustesse, et son potentiel de recyclage, aligné avec l'engagement écologique de la marque.

#### **Poids :**

**Poids Net** : 330 grammes de liquide par canette.

**Poids Total** : Environ 350 grammes, canette incluse, optimisé pour la portabilité sans être encombrant.

#### **Emballage :**

**Type de Fermeture** : Canette dotée d'un système de fermeture refermable qui préserve la fraîcheur et sécurise le contenu contre les déversements.

### Design et Fonctionnalité + Étiquetage et Informations :

**Visuel** : Chaque saveur est identifiée par une couleur spécifique et un design attractif sur la canette, avec des motifs modernes qui reflètent la fraîcheur et l'authenticité des ingrédients.

**Couvercle Refermable** : Innovation majeure offrant la possibilité de refermer la canette après ouverture, garantissant la fraîcheur prolongée de la boisson et une consommation adaptée au mode de vie actif.

### Étiquetage et Informations :

**Étiquette** : Fournit des informations claires sur les ingrédients, les valeurs nutritionnelles et les certifications ISO 9001, 14001 et 22000, assurant transparence et confiance pour les consommateurs.

#### **Durabilité :**

**Recyclabilité** : Les canettes sont entièrement recyclables, renforçant l'engagement de Tey'Tea à minimiser son impact environnemental et à encourager une consommation responsable.

**saveur** : Notre gamme propose des saveurs rafraîchissantes et innovantes, parfaitement adaptées aux goûts modernes et aux attentes des consommateurs en quête de nouveauté et de qualité :

**Pêche** : Un classique revisité, cette saveur offre le goût doux et naturellement sucré de la pêche, parfait pour une boisson estivale rafraîchissante.

**Passion** : Cette saveur capture l'intensité aromatique du fruit de la passion, avec ses notes à la fois sucrées et légèrement acides, idéale pour ceux qui apprécient les saveurs vives et marquées.

Nous proposons également des saveurs combinées innovantes :

**Framboise-Litchi** : Une combinaison exotique et audacieuse, mariant la douceur acidulée de la framboise avec la subtilité sucrée du litchi, créant une harmonie parfaite pour les palais en quête de nouveauté.

**Mangue-Ananas** : Ce mélange tropical combine la richesse de la mangue avec la fraîcheur juteuse de l'ananas, offrant une explosion de saveurs qui évoque les vacances sous les tropiques.

#### COMPOSITION DE NOS PRODUITS

Infusion 85% (eau, thé vert 0,8% (thé vert (non UE)), 0,1g arôme naturel de pêche (non UE) \*ISO 9001, 14001 et 22000, 3,64g sucre de canne biologique, antioxydant (non UE), sans colorant, sans conservateurs, sans arômes artificiels.

Infusion 85% (eau, thé vert 0,8% (thé vert (non UE)), 0,05g arôme naturel de framboise (non UE), 0,05g arôme naturel de litchi (non UE) \*ISO 9001, 14001 et 22000, 3,64g sucre de canne biologique antioxydant (non UE), sans colorant, sans conservateurs, sans arômes artificiels.

Infusion 85% (eau, thé vert 0,8% (thé vert (non UE)), 0,05g arôme naturel de mangue (non UE) 0,05g arôme naturel d' ananas (non UE) \*ISO 9001, 14001 et 22000, 3,64g sucre de canne biologique antioxydant (non UE), sans colorant, sans conservateurs, sans arômes artificiels.

Infusion 85% (eau, thé vert passion 0,8% (thé vert (non UE)), 0,1g arôme naturel de passion (non UE) \*ISO 9001, 14001 et 22000, 3,64g sucre de canne biologique antioxydant (non UE), sans conservateurs, sans arômes artificiels.

**Base** : Chaque variété de Tey'Tea est élaborée à partir d'une infusion de thé, composée majoritairement d'eau purifiée et de thé vert ou noir, sélectionnés pour leur qualité supérieure.

**Sucre de canne biologique** : Pour adoucir naturellement nos thés glacés, nous utilisons du sucre de canne biologique, apportant une touche sucrée sans recourir aux édulcorants artificiels.

**Arômes naturels** : Les saveurs distinctives de Tey'Tea proviennent d'arômes naturels extraits directement des fruits eux-mêmes, garantissant l'authenticité de chaque gorgée.

**Antioxydants naturels** : Pour préserver la fraîcheur et les bénéfices santé du thé, des antioxydants naturels comme la vitamine C sont ajoutés.

**Sans additifs artificiels** : Conformément à notre philosophie de naturalité, nos boissons ne contiennent ni colorants, ni conservateurs, ni arômes artificiels.

#### Profil de la Cible Principale:

##### Démographie :

- **Âge** : Jeunes adultes entre 18 et 35 ans.
- **Situation** : Étudiants et jeunes professionnels.

### Comportements :

- **Mode de Vie** : Actif, souvent en déplacement, avec une vie sociale dynamique.
- **Consommation** : Préfère les produits pratiques, sains et respectueux de l'environnement.

### Préférences :

- **Saveurs** : Attirés par des saveurs nouvelles et exotiques qui sortent de l'ordinaire.
- **Innovation** : Intéressés par des produits innovants comme les canettes refermables.

### Valeurs :

- **Durabilité** : Sensibles aux enjeux environnementaux, ils privilégient les marques éco-responsables.
- **Qualité** : Exigent une qualité irréprochable et des ingrédients naturels.

### Cible Élargie

#### Démographie :

- Inclut les adolescents de 16 à 18 ans et les adultes jusqu'à 40 ans qui partagent des valeurs similaires en matière de consommation responsable.

#### Comportements :

- Recherche active de produits qui allient plaisir et bien-être, avec un fort intérêt pour le bien-être général et la santé.

**PLV:** Nous, chez Tey'Tea, avons développé une PLV unique, disponible dans certaines épiceries, qui met en avant la caractéristique révolutionnaire de notre canette refermable. Cette présentation vise à informer les consommateurs sur la fonctionnalité innovante de la canette qui permet de la refermer après ouverture, garantissant ainsi fraîcheur et praticité. Cette initiative souligne notre engagement à offrir des solutions pratiques et écologiques à nos clients, tout en mettant l'accent sur la commodité de consommer notre thé glacé à tout moment et en tout lieu

#### Réseaux sociaux :

- **Instagram** : Plateforme principale avec des publications fréquentes mettant en avant les visuels attrayants des produits, des saveurs innovantes, et des canettes refermables.
- **Autres plateformes** : Présence active également sur Facebook, TikTok, Twitter, et YouTube pour engager divers segments de la cible.
- ©

#### Présence en magasin :

- **PLV (Publicité sur Lieu de Vente)** : Installation d'un affichage unique dans certaines épiceries, mettant en lumière la canette refermable et ses avantages, pour éduquer les consommateurs sur place

ØArgumentaire produit (CAP / SONCASE) - Inès

caractéristiques	avantages	preuves
<ul style="list-style-type: none"> <li>- sucre de canne bio</li> <li>- bouchon rétractable</li> <li>- canette en acier</li> <li>- thé vert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- meilleure pour la santé</li> <li>- transportable anti éclaboussure</li> <li>- recyclable et recyclés ( respect de l'environnement)</li> <li>- ne s'oxyde pas plus longue durée de conservation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- meilleure que le sucre blanc /bonne solubilité / avantages nutritifs et gustatifs</li> <li>- créer par l'entreprise</li> <li>- 18 mois a partir de leur date de production</li> </ul>

**soncase:**

**sécurité:** sucre de canne thé vert arôme naturel = bons ingrédients / canette refermable

**Nouveauté:** bouchon rétractable / saveurs originales

**confort:** transportable partout / achat à l'unité / disponible dans plusieurs endroits

**sympathie:** image perçue pour jeune / présent sur les réseaux sociaux / proche des clients

**environnement:** canette en acier et bouchon en plastique recyclable et recyclé

ØBon de commande - Inès

# BON DE COMMANDE

Nom de la société \_\_\_\_\_  
Adresse \_\_\_\_\_  
Ville, code postal \_\_\_\_\_

DATE \_\_\_\_\_  
COMMANDE N° \_\_\_\_\_

VENDEUR : \_\_\_\_\_

ADRESSÉ À : \_\_\_\_\_

NOM DU CONTACT \_\_\_\_\_

NOM/SERVICE \_\_\_\_\_

NOM DE LA SOCIÉTÉ CLIENTE \_\_\_\_\_

NOM DE LA SOCIÉTÉ CLIENTE \_\_\_\_\_

ADRESSE \_\_\_\_\_

ADRESSE \_\_\_\_\_

TÉLÉPHONE \_\_\_\_\_

TÉLÉPHONE \_\_\_\_\_

ENVOI PAR	MODE DE LIVRAISON	CONDITIONS DE LIVRAISON	DATE DE LIVRAISON

CODE	NOM DU PRODUIT/DESCRIPTION	QTÉ	PRIX UNITAIRE	DATE DE LIVRAISON

REMARQUES/NOTES

SOUS-TOTAL \_\_\_\_\_ 0,00 €

REMISE (%) \_\_\_\_\_ %

SOUS-TOTAL MOINS REMISE \_\_\_\_\_ 0,00 €

TAUX TVA \_\_\_\_\_ %

TOTAL TTC \_\_\_\_\_ 0,00 €

EXPÉDITION/MANUTENTION

TOTAL \_\_\_\_\_ 0,00 €

SIGNATURE \_\_\_\_\_

## QUELQUES INFORMATIONS

Ø <https://www.lagrandeepicerie.com>

Ø La marge sur une boisson est comprise entre 20 et 30 %

Ø La marge sur une boisson avec beaucoup d'eau peut atteindre 30 à 40 %

Ø Une nouveauté sur une marque inconnue se vend à 12 produits / semaine

Ø Le distributeur fait un essai sur une semaine pour voir le niveau de vente

Ø Les frais de livraison sont compris dans le prix global

## **TABLEAU EXCEL :**

[https://parisnanterrefr-my.sharepoint.com/:x/g/personal/43008549\\_parisnanterre\\_fr/EadkNxx9-ntFkdHrSe9j0xABWU9IHVy-HQWltFgnK2hoVA?e=JTe9Oh](https://parisnanterrefr-my.sharepoint.com/:x/g/personal/43008549_parisnanterre_fr/EadkNxx9-ntFkdHrSe9j0xABWU9IHVy-HQWltFgnK2hoVA?e=JTe9Oh)

### **Prise de contact :**

Bonjour, nous sommes les fondateurs de Tey' Tea. monsieur Refier, chef de rayon à la Grande Épicerie de Paris, est ce bien cela ? Nous avons eu le plaisir de vous rencontrer lors du salon des BRSA le 15 mai dernier. Nous sommes ravis de discuter avec vous aujourd'hui au sujet d'un possible déréférencement de nos boissons dans vos rayons. Nous aimerions d'abord vous poser quelques questions pour mieux comprendre vos besoins. Ensuite, nous vous présenterons en détail notre offre. CEla devrait durer environ une demi heure ca vous convient

### **Plan de découverte**

<b>Situations actuelles :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Quels sont les boissons les plus vendues dans votre rayon brsa ?</li><li>- Quels sont vos principaux critères de sélection pour les boissons que vous proposez actuellement ?</li><li>- Pouvez-vous me parler de votre gamme de boissons actuelle et en particulier des thés glacés ?</li></ul>
<b>Solutions actuelles :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Quel est votre politique de prix sur les boissons brsa (prix moyen etc...)</li><li>- Qui sont les clients qui achètent des thés glacés dans votre point de vente (caractéristiques démographiques) ?</li><li>- Quand observez-vous les pics de vente pour les thé glacé ou brsa en général ?</li><li>- Qui sont vos principaux fournisseurs de thé actuellement ?</li></ul>

<p><b>Situations futures :</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Êtes vous à la recherche d'une nouvelle clientèle ou au contraire vous voulez seulement solidifier votre base actuelle ?</li> <li>- Sur quelles tendances voulez-vous vous appuyer pour les années à venir (naturalité, écologie ...) ?</li> <li>- Quelles sont les nouvelles attentes de votre clientèle en termes de santé, goût, praticité ?</li> <li>- Quelle est la marge approximative que vous prévoyez de réaliser sur un produit comme le nôtre ?</li> </ul>
<p><b>Solutions futures :</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quels critères de performances utilisez-vous pour décider si un produit mérite d'être intégré à votre assortiment de manière permanente ?</li> <li>- Est-ce que vous seriez intéressés par une communication spécifique sur nos réseaux sociaux par rapport à la disponibilité de nos boissons dans votre magasin ?</li> <li>- Seriez vous intéressés par une période d'essai ou un lancement pilote pour évaluer la performance de notre thé glacé ?</li> <li>- Comment pouvons-nous vous soutenir dans l'introduction et la promotion de notre produit dans votre magasin ?</li> </ul>

## REFORMULATION "Si j'ai bien compris..."

Préparer un premier prix plus élevé

Prise de contact: Bonjour, je suis ....

Argument :

Vous êtes notre première grande surface, nos consommateurs le veulent en grandes surfaces mais on est qu' en épicerie. Vous avez l'exclusivité.

Communication active et régulière (possibilité de la personnaliser)

## **PLAN DE DÉCOUVERTE**

### **1. LA PRISE DE CONTACT ( en entrant)**

- Bonjour Mr Refier, chef de rayon à la Grande Épicerie de Paris, est ce bien cela ?
- oui bjr entrez ?
  
- Je nous présente Ange Azola, Lisa Zermat, Idir saoudi et Inès meziab fondateurs de Tey'Tea le nouveau thé glacé en canette aux saveurs fruitées , et avec sa petite particularité. Nous avons eu le plaisir de vous rencontrer lors du salon des BRSA le 15 mai dernier.  
Nous vous remercions de nous accueillir dans vos somptueux locaux et sommes ravis de pouvoir nous entretenir avec vous aujourd'hui au sujet d'un possible référencement de nos boissons dans vos rayons.
  
- Afin de poursuivre au mieux notre entretien , nous avons convenu une durée d'environ une demi heure, est ce toujours bon pour vous ?
- ...
  
- Avant de vous présenter notre offre nous allons donc vous poser quelques questions pour mieux comprendre vos besoins.

### **2. SITUATION ACTUELLE**

- Quels sont les boissons les plus vendues dans votre rayon brsa ?
- Quels sont vos principaux critères de sélection pour les boissons que vous proposez actuellement ?
- Pouvez-vous me parler de votre gamme de boissons actuelle et en particulier des thés glacés ?

- Combien de canettes commandez-vous par mois à nos principaux concurrents?

### 3. SOLUTION ACTUELLE

- Quel est votre politique de prix sur les boissons brsa (prix moyen etc...)
- Qui sont les clients qui achètent des thés glacés dans votre point de vente (caractéristiques socio-démographiques) ?
- Quand observez-vous les pics de vente pour les thé glacé ou brsa en général ?
- Qui sont vos principaux fournisseurs de thé actuellement ?

### 4. SITUATION FUTURE

- Êtes vous à la recherche d'une nouvelle clientèle ou au contraire vous voulez seulement solidifier votre base actuelle ?
- Sur quelles tendances voulez-vous vous appuyer pour les années à venir (naturalité, écologie ...) ?
- Quelles sont les nouvelles attentes de votre clientèle en termes de santé, goût, praticité ?
- Quelle est la marge approximative que vous prévoyez de réaliser sur un produit comme le nôtre ?

## 5. SOLUTION FUTURE

- Quels critères de performances utilisez-vous pour décider si un produit mérite d'être intégré à votre assortiment de manière permanente ?
- Est-ce que vous seriez intéressés par une communication spécifique sur nos réseaux sociaux par rapport à la disponibilité de nos boissons dans votre magasin ?
- Seriez vous intéressés par une période d'essai ou un lancement pilote pour évaluer la performance de notre thé glacé ?
- Comment pouvons-nous vous soutenir dans l'introduction et la promotion de notre produit dans votre magasin ?

REFORMULATION !!!!!!!!!!!

## **ARGUMENTAIRE PRODUIT**

### CAP

caractéristiques	avantages	preuves
<ul style="list-style-type: none"><li>- sucre de canne bio d'inde</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- meilleure pour la santé</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- meilleure que le sucre blanc /bonne solubilité / avantages nutritifs et gustatifs</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>- bouchon rétractable</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- transportable anti éclaboussure</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- créer par l'entreprise</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>- canette en aluminium</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- recyclable et recyclés ( respect de l'environnement)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- RSE</li></ul>
<b>thé vert</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ne s'oxyde pas plus longue durée de conservation</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 18 mois à partir de leur date de production</li></ul>

### SONCASE

**Sécurité:** sucre de canne thé vert arôme naturel = bons ingrédients / canette refermable

**Nouveauté:** bouchon rétractable / saveurs originales

**Confort:** transportable partout / achat à l'unité / disponible dans plusieurs endroits

**Sympathie:** image perçue pour jeune / présent sur les réseaux sociaux / proche des clients

**Environnement:** canette en acier et bouchon en plastique recyclable et recyclé

## OBJECTIONS ET TRAITEMENTS et arguments

“Trop cher” = Nos produits sont saints bons pour la santé / issu des leaders sur le marché

frigo obligatoire: non conservation basique à température ambiante jusqu'à 18 mois  
thé vert = antioxydant

ca va prendre trop de place je peux pas vous mettre au milieu = nous sommes seulement sur un format de canette individuelle / de 33cl il se peut qu'une saveur de nos concurrents soit un point mort par lequel nous pouvons vous faire des bénéfices

écrit

⇒ les jeunes en raffole ils souhaiteraient pouvoir les retrouver en grande surface /

⇒ vous serez le premier / vous êtes le premier grand distributeur à qui on s'adresse

⇒ ca touchera une cible plus large / ca vous permettra d'attirer et d'élargir votre clientèle / la fidéliser

⇒ on accepte de baisser le prix et de vous attribuer une remise de 10% à la fin de l'année si vous nous accordez une place pour notre plv

⇒ vous êtes un commerce invitant à l'explosion des sens et conjuguant anticonformisme et élégance nous pensons qu'il serait judicieux pour vous de le prouver à nouveaux à vos consommateurs

⇒ acceptez de nous acheter à tel prix et nous vous assurons vous en faire la promotion

### Objection : "Trop cher"

Arguments :

- Notre prix de 1,99€ est compétitif par rapport aux autres thés glacés premium sur le marché (2,20€ en moyenne).

- Notre produit offre une réelle valeur ajoutée avec sa canette refermable brevetée et ses saveurs uniques.
- Nos coûts de production sont optimisés grâce à notre logistique efficace, permettant un prix abordable.

## Objection : "On a déjà des thés glacés"

Arguments :

- Notre produit se démarque avec son concept de canette refermable brevetée, permettant une consommation nomade pratique.
- Nos saveurs modernes comme Thé Vert Mangue ou Thé Noir Pêche apportent de la nouveauté et de la variété.
- Notre positionnement premium et notre packaging attrayant ciblent une clientèle jeune et branchée, complémentaire de votre offre actuelle.

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1oVrpE34-nsTJJOKPp-PZFHsHgYtCdXwZLqSJyMWjjS0/edit?usp=sharing>

## SAE COM

### Une Présence Vibrante sur les Réseaux Sociaux

Chez Tey'Tea, nous avons su bâtir une communauté solide et engagée de près de 200 000 abonnés sur Instagram. Grâce à notre stratégie de publication quotidienne, nous restons constamment en lien avec notre cible, offrant un contenu frais et captivant.

### Les Tendances, Moteurs de Visibilité

Au cœur de notre réussite se trouvent les "trends", ces phénomènes viraux qui envahissent les réseaux sociaux. Une "trend" est un sujet, un hashtag ou un défi qui gagne soudainement en popularité, devenant incontournable pendant un laps de temps donné. En surfant habilement sur ces vagues, nous parvenons à capter l'attention de notre public et à élargir notre portée.

### L'Exclusivité comme Marque de Fabrique

Parallèlement à Instagram, nous nous sommes démarqués sur TikTok avec notre hashtag emblématique "#c'estl'exclusiviteey". Celui-ci, devenu viral à plusieurs

reprises, incarne parfaitement l'esprit de notre marque : offrir une expérience unique et exclusive à nos clients.

### Un Produit Phare, la Mangue/Ananas

Parmi la gamme de boissons que nous proposons, c'est le savoureux mélange Mangue/Ananas qui remporte les faveurs du public. Avec ses notes tropicales et rafraîchissantes, cette boisson est devenue l'ambassadrice parfaite de notre marque, symbolisant à la fois l'originalité et le plaisir gustatif.

En somme, chez Tey'Tea, nous avons su tirer parti des réseaux sociaux pour bâtir une communauté fidèle et engagée. Grâce à une présence constante, une capacité à surfer sur les tendances et un produit phare séduisant, notre marque a su se démarquer dans un environnement concurrentiel, offrant à nos clients une expérience unique et mémorable.