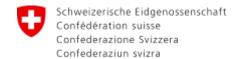




Progresser dans la vente de chevaux: le marché suisse, les attentes et les expériences

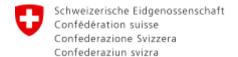
Vétérinaire en chef de l'armée suisse: Colonel Stéphane Montavon

1^{er} Avril 2015 – Grangeneuve / FR



Plan de la présentation

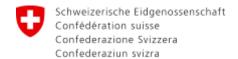
- 1. Le marché suisse quelques faits marquants!
- 2. Points à considérer lors de la vente d'un cheval,
- 3. Un principe de base....
- 4. Identifier les besoins de l'acheteur,
- 5. La présentation: cheval au carré,
- 6. Le cheval en mouvement,
- 7. Le cheval sous la selle,
- 8. Le cheval à l'attelage,
- 9. Les tares émotionnelles,
- 10. Les tares rationnelles
- 11. Conseils de vente



Qui suis-je?

- D'origine jurassienne et résident en Gruyère,
- Marié et un fils,
- Eleveur et propriétaire d'un étalon Anglo-Arabe <u>www.digne-</u> <u>cœur.ch</u>
- Cavalier actif de CSO
- Chef technique saut et chef d'équipe Elite FSSE
- Entraîneur d'élite pour SO
- Vétérinaire en chef de l'A



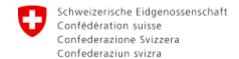


1.1 Le marché suisse: sources rapport Ofichev 2007/ 2010



Comparaison avec les filières d'Allemagne, d'Autriche et de France

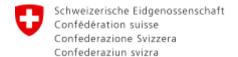
	Suisse:	France:	Allemagne:	Autriche:
Nb d'équidés:	85 000	800 000	524 800	87 100
km2 SAU:	10 670	292 227	170 204	32 411
Équ.km2 SAU:	8.0	2.7	3.1	2.7
Habitants (Mio)	7.4	60.2	82.5	8.2
Équ. /1'000 H.	11.5	13.3	6.4	10.7
Poulinières:	7 000	100 000	180 000	13 600
CA filière/ Mia	1.6	15	7.5	2.0
CA équ/CHF	18'500	19'000	14'500	23'000



1.2. Le marché suisse: sources rapport Ofichev 2007/ 2010

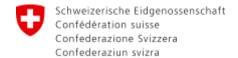


- Plus de 100'000 chevaux en CH (env. 25'000 FM)
- 220'000 équitants 90% sont des cavaliers de loisir
- Plus de 60'000 équidés sont utilisés pour des loisirs
- Marché suisse du cheval 1.6 Mia de CHF
- 8 chevaux génère une place de travail à 100%
- 4'000 chevaux importés par année en CH
- 40'000 équidés en CH sont des chevaux importés
- Le prix moyen d'un cheval FM en Suisse: CHF 6'500.-
- Le prix moyen d'un cheval DS en Suisse: CHF 17'000.-
- Prix de revient d'un FM à 3 ans non débourré: CHF 4'000.-
- Prix de revient d'un DS à 4 ans non débourré: CHF 12'000.-



2.1 La situation initiale et les points clé

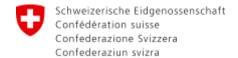
- Il existe en Suisse actuellement une demande excédentaire au niveau du DS comme du FM....
- L'offre indigène ne parvient à satisfaire qu'une partie de cette demande...
- Les importations sont par voie de conséquences toujours présentes...



2.2 Marché et image – les vérités



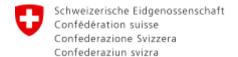
- On doit être à l'écoute du client, on doit promouvoir activement le marché et on améliore l'image d'une race....
- Le cheval d'aujourd'hui est une offre parmi d'autres sur le marché des loisirs...
- Les circuits de vente du cheval se situent au niveau sportif...
- Sport et loisir ne sont pas toujours en adéquation mais ce n'est pas un paradoxe…!



2.2 Marché et image – les vérités



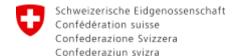
- L'élevage reste encore un bastion masculin...
- L'utilisateur de cheval est devenu féminin...
- Impact sur des thèmes très importants comme des programmes d'élevage, les processus y relatifs, la pondération des critères de sélection, la manière de considérer l'animal, de le traiter et la détention...



2.3 Cheval de loisir: le profil...

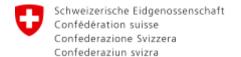


- Un cheval en bonne santé, qui vit plus longtemps, facile de caractère, facile à former et polyvalent...
- L'âge de la population des équidés augmente ce qui ralentit le renouvellement des effectifs...
- Impact sur de nouvelles offres est grandissant: infrastructures pour chevaux âgés et gériatrie...



2.3 Cheval de loisir: le profil...

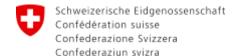
- Pendant un loisir le client recherche des émotions, une image, des possibilités d'identification, des personnes sur la même longueur d'ondes, un cercle d'ami et des possibilités de se développer personnellement...
- L'image d'une race de chevaux, le milieu auquel elle appartient, les activités, les utilisations qu'une race, respectivement l'organisation responsable, offre au futur acheteur ont une influence sur le choix que fera un client potentiel...



2.4 Achat d'un cheval – en résumé!

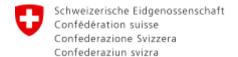


- L'achat d'un cheval est une affaire de confiance...
- Le climat se construit....Les grands marchands ont moins de pouvoir dans le contexte du loisir...
- Ce climat est différent entre un client qui recherche un cheval de sport et celui qui veut un cheval de loisir...
- Les sensibilités et les priorités ne sont pas les mêmes...Effet de l'entourage personnel du client...
- Stratégie de commercialisation est différente...
- La question du prix vient seulement à la fin...



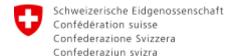
2.5 Points importants à considérer lors de la vente d'un cheval: exercice

- Chacun identifie 2 critères importants à considérer lors de la vente d'un cheval
- Sur le papier mettre des critères rationnels: au moins 3
- Sur le papier mettre des critères émotionnels: au moins 3
- Temps à disposition: 5 minutes



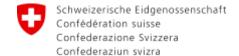
2.5.1. Aspects importants lors de la vente d'un cheval – Rationnels

- Allures,
- Constitution/Conformation,
- Etat de santé,
- Caractère,
- Qualités à la monte,
- Qualités à l'attelage,
- Prix



2.5.2. Aspects importants lors de la vente d'un cheval – Emotionnels

- Beauté,
- Couleur de la robe,
- Origine,
- Etat de propreté/Toilettage
- Présentation,
- Discours,
- « Coup de foudre »



3. A méditer et on doit s'en souvenir...

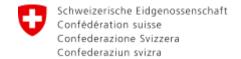
You'll never get a second Chance to make a first Impression



4. Identifier les besoins de l'acheteur:



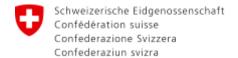
- Un discours personnalisé,
- Laisser le client s'exprimer, on est à l'écoute!
- Questions ouvertes,
- Déterminer l'expérience,
- Le laisser raconter son vécu,
- On peut proposer ce qui peut convenir,
- On est honnête...si l'on a rien à proposer...on le dit!
- On pose la question d'une fourchette de prix envisagée.



5. La présentation: le cheval au carré



- Impression dégagée,
- Toilettage élégance,
- Ferrage état de santé,
- Tête Constitution Conformation Aplombs,
- Attitude du cheval face à l'inconnu caractère,
- Attitude de celui/celle qui présente apparence,
- Cheval a un fort instinct grégaire!
- Lieu neutre transport!



5. La présentation: le cheval au carré

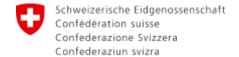












6. Le cheval en mouvement



- Doit être présenté au pas sur une ligne droite,
- L'acheteur doit avoir deux angles de vue,
- Doit être présenté au trot sur une ligne droite,
- L'acheteur doit avoir deux angles de vue,
- On préférera le cheval avec une bride ou une têtière, si possible avec une embouchure...



6. Le cheval en mouvement

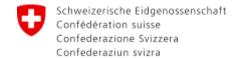








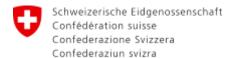




7. Le cheval sous la selle



- Doit être d'abord monté devant l'acheteur potentiel,
- L'acheteur reçoit une première impression,
- Un standard de qualité est fixé,
- Une certaine appréhension est ainsi éliminée,
- L'acheteur potentiel monte le cheval également,
- Souvent l'acheteur veut monter une deuxième fois...



7. Le cheval sous la selle









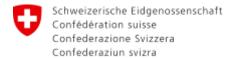




8. Le cheval à l'attelage



- Mise en limonières ou en trait est primordiale,
- L'acheteur reçoit une impression de sécurité,
- La première traction doit être franche et vers l'avant,
- La réaction à la traction avec du poids est importante,
- Le comportement dans le trafic est primordial,
- La remise à l'arrêt et la tranquillité du cheval arrêté sont importantes !



8. Le cheval à l'attelage







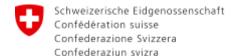




9. Les tares rationnelles qui font mauvaise impression et qui sont dépréciatives

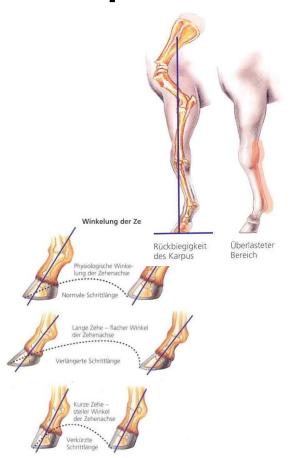


- Mauvais aplombs: panard, cagneux, arqué, brassicourt, genoux creux, jarrets serrés ou clos,
- Verrues ou sarcoïdes,
- Suros,
- Cicatrices importantes,
- Molettes tendineuses ou articulaires,
- Vessigons ou capelets,
- Cerclures ou seimes sur les sabots



9. Les tares rationnelles qui font mauvaise impression et qui sont

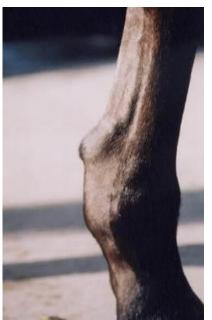
dépréciatives

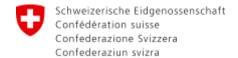












10. Les tares émotionnelles qui font mauvaise impression et qui sont dépréciatives



- Port des oreilles -> oreillard,
- Yeux asymétriques- blancs ou vairon,
- Coup de lance,
- Tête grossière, camuse ou busquée,
- Queue trop courte,
- Les pies,
- Chez le FM, trop de marques blanches,
- Mauvais état de la ferrure,
- Cicatrices ou marques de feu trop importantes



10. Les tares émotionnelles qui font mauvaise impression et qui sont dépréciatives

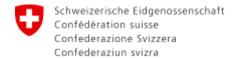




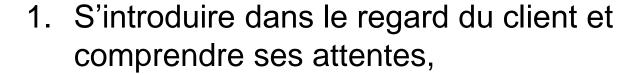


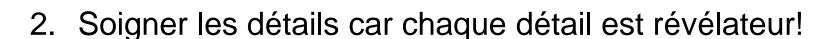






11. Conseils de vente:





- 3. Créer un effet de surprise, ayez une attention particulière,
- 4. Fidéliser votre client potentiel et parlez aussi d'un suivi éventuel de la vente.



Pyramide de la fidélisation



Conseil

Partenariat

Qualités ajoutées qui font la différence!

Disponibilité

Compétence

Qualités attendues!



Je vous remercie de votre attention et vous souhaite bonne chance

