

Unilever Foodsolutions Journey (D): Progress And Lessons Learned

TheCaseSolutions.com

Présentation d'Unilever

- Unilever est une multinationale néerlando-britannique.
- Actuellement présente dans plus de 190 pays.
- En Belgique, les bureaux d'Unilever et l'usine Lipton sont situés Forest Bruxelles.

TheCaseSolutions.com

Leurs marques



TheCaseSolutions.com

Unilever Food Solutions

- UFS est affilié au Retail B2B → B2C.
- Cible les chefs professionnels.
- Actuellement présent dans 74 pays.

TheCaseSolutions.com

Son organigramme



TheCaseSolutions.com

Ses principaux concurrents

- Maroc: Maroc Foodservice
- Espagne: Marca Professional
- France: Lipton

TheCaseSolutions.com

Table des matières

- Présentation Unilever
- Présentation Unilever Food Solutions
- La problématique
- Les recommandations

TheCaseSolutions.com

Sa stratégie marketing

Sa segmentation



Recommandations

- Renforcer la visibilité des marques et des produits dans la presse professionnelle car 70% des interrogés se renseignent de cette façon.
- Parmi les 62% qui seraient intéressés par un produit d'une autre marque, 75,68% privilégient la réduction de prix comme type de promotion.
- Utiliser le marketing sensoriel.
- La technologie: un outil important à exploiter et développer.

Les moyens de communication d'UFS

- La vente
- Les magazines
- Internet
- Vidéo
- Newsletter
- Réseaux sociaux
- Site internet
- Salons professionnels



Un challenge

UFS s'adresse aux chefs professionnels

Une problématique

- Qualitativement viable: UFS veut être un bon fournisseur pour les chefs, il faut leur offrir un gain de temps, sans aucune concession en termes de goût ou d'origine.
- Quantitativement viable: Unilever n'est pas spécialement connu du public. Malheureusement, les réseaux vous retiennent pas vraiment.

Exemples de Heinz



Etude quantitative

- Méthodologie
- Etude quantitative dans 10 villes de France (Paris, Lyon, Marseille, Bordeaux, Toulouse, Nantes, Lille, Strasbourg, Montpellier, Bordeaux).
- Échantillonnage
- Taille de l'échantillon: 270
- Objectifs: obtenir des informations sur les habitudes d'achat des restaurateurs.
- Questionnaire

Le cash & carry

"Le cash & carry est un libre service pour les professionnels de l'alimentaire"

- Les avantages de ce modèle de distribution
- Le cash & carry
- Aux clients: vitales, efficaces, pratiques, personnalisées, rapides, etc.
- Aux clients: qualité, intégrité, fraîcheur et sécurité garanties.
- Les inconvénients de ce modèle de distribution
- Les inconvénients
- Difficultés
- Conclusion

La problématique

Comment augmenter les ventes d'Unilever Food Solutions dans les cash & carry pour un secteur horeca?

Unilever Foodsolutions Journey (D): Progress And Lessons Learned

TheCaseSolutions.com

Présentation d'Unilever

- Unilever est une multinationale néerlandaise britannique.
- Actuellement présente dans plus de 190 pays.
- En Belgique, les bureaux d'Unilever et l'usine Lipton sont situés Forest Bruxelles.

TheCaseSolutions.com

Exemples de Heinz



Table des matières

- Présentation Unilever
- Présentation Unilever Food Solutions
- La problématique
- Les recommandations

TheCaseSolutions.com

Recommandations

- Renforcer la visibilité des marques et des produits dans la presse professionnelle car 73% des interrogés se renseignent de cette façon.
- Parmi les 62% qui seraient intéressés par un produit d'une autre marque; 75,68% préfèrent la réduction de prix comme type de promotion
- Utiliser le marketing sensoriel
- La technologie; un outil important à exploiter et développer

Etude quantitative

- Méthodologie: Etude quantitative dans milieu de l'hore (hotels, restaurants, brasseries, snack-bars, sandwicheries, etc)
- Echantillonnage: Taille de l'échantillon: 270
- Objectifs: obtenir des informations sur les habitudes d'achat des restaurateurs
- Questionnaire

Leurs marques



TheCaseSolutions.com

Unilever Food Solutions

- UFS est différent du Retail: B2B >> B2C.
- Cible: les chefs professionnels.
- Actuellement présent dans 74 pays.



TheCaseSolutions.com

Ses marques



TheCaseSolutions.com

Les moyens de communication d'UFS

- La vente
- Les magazines
- Internet
- Vidéos
- Newsletter
- Réseaux sociaux
- Site internet
- Salons commerciaux



Le cash & carry

"Le cash & carry est un libre service géré par un grossiste à destination des détaillants"

Les moyens de communication

- La vente
- Au niveau visuel (affiches, pancartes, présentoirs, écrans vidéos, etc.)
- Au niveau auditif: musique d'ambiance et annonces promotionnelles
- Les magazines/épliants
- Internet
- Site internet
- Dépliant
- Newsletter

Son organigramme



TheCaseSolutions.com

Sa stratégie marketing

Sa segmentation



Ses principaux concurrents

- Heinz: Heinz Foodservice
- Nestlé: Nestlé Professional
- Private label



TheCaseSolutions.com

Son ciblage

UFS s'adresse aux chefs professionnels

Son positionnement

- Positionnement voulu: UFS veut être un nom familier pour chaque chef, il veut leur offrir un gain de temps, sans aucune concession en termes de goût ou d'arôme.
- Positionnement perçu: Unilever n'est pas spécialement connu du public. Néanmoins, ses marques n'en restent pas moins méconnues.

La problématique

Comment augmenter les ventes d'Unilever Food Solutions dans le cash & carry pour un secteur horeca?

Table des matières

Présentation Unilever

Présentation Unilever Food Solutions

La problématique

Les recommandations

TheCaseSolutions.com

Présentation d'Unilever

- Unilever est une multinationale néerlando-britannique.
- Actuellement présente dans plus de 190 pays.
- En Belgique, les bureaux d'Unilever et l'usine Lipton sont situés Forest Bruxelles.

TheCaseSolutions.com

Leurs marques



TheCaseSolutions.com

Unilever Food Solutions

- UFS est différent du Retail: B2B >< B2C.
- Cible: les chefs professionnels.
- Actuellement présent dans 74 pays.



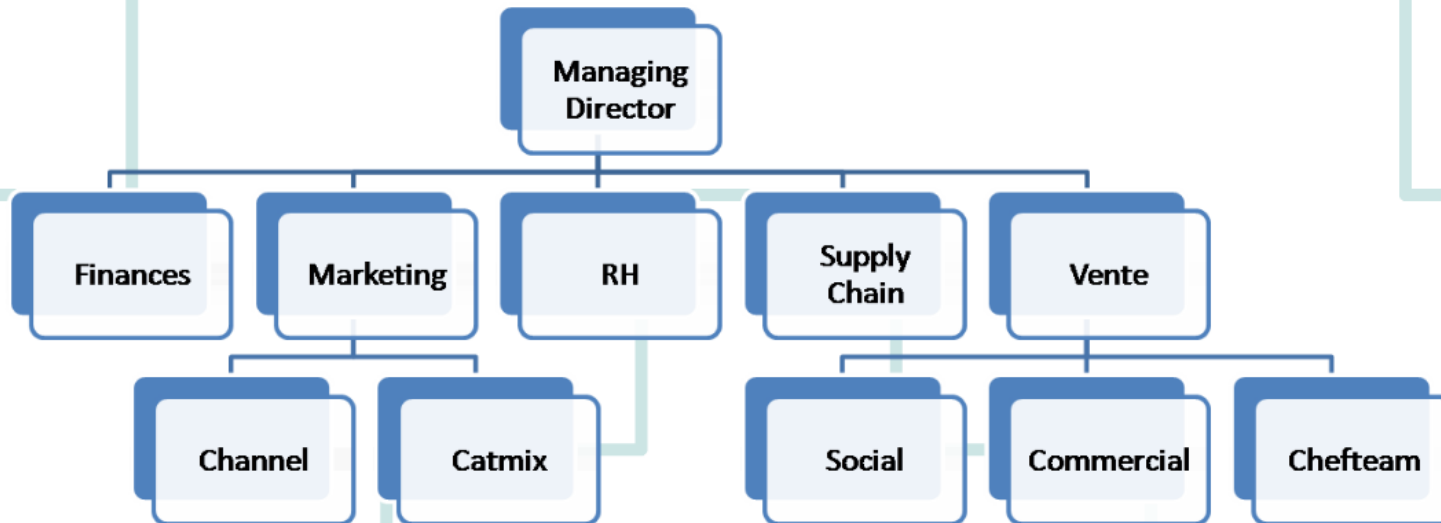
TheCaseSolutions.com

Ses marques



TheCaseSolutions.com

Son organigramme



TheCaseSolutions.com

Ses principaux concurrents

- **Heinz: Heinz Foodservice**
- **Nestlé: Nestlé Professional**
- **Private label**



TheCaseSolutions.com