



International Association
of Students in Agricultural
and Related Sciences.

Guide des Marchandises

Bienvenue au Guide des Marchandises !

Quoi ?

Le mot marchandise vient du mot vieux latin *mercatus*. Ce mot est utilisé pour décrire un produit qui peut être acheté ou vendu. Il peut être considéré comme n'importe quel article à vendre. La "marchandise de marque" est tout produit qui porte un logo ou une marque. Il est principalement utilisé comme matériel promotionnel lors des conventions, mais la plupart des grandes marques vendent également leurs produits de marque. C'est le type de marchandises dont nous parlerons dans ce guide.

Parallèlement, le "merchandising" est l'activité qui promeut la vente de biens autres que la vente personnelle, ce qui peut inclure la fixation des prix, les offres spéciales, la création de présentoirs, l'utilisation de stratégies de marketing et d'autres techniques destinées à influencer les décisions d'achat des consommateurs. Plus largement, le marchandage peut se référer à la vente au détail elle-même, c'est-à-dire la fourniture de biens aux consommateurs finaux. Le concept de marchandage est basé sur la présentation de *produits au bon moment*, au bon *endroit*, en bonne *quantité* et au bon *prix* pour maximiser les ventes (les 5 droits du marchandage).



Pourquoi ?

Comme il s'agit de vendre, l'avantage ultime du marchandage est d'augmenter les ventes et de réaliser de meilleurs profits. Cependant, les entreprises utilisent cette activité comme un exercice de stratégie de marque tout en gagnant de l'argent pour leur activité. Ce que vous devez savoir sur les avantages du marchandage de marque :

- Elle peut être une source de revenus supplémentaires. Veillez à ce que les marchandises soient peu coûteuses à fabriquer. Cette stratégie est efficace pour obtenir une bonne marge bénéficiaire.
- Reconnaissance de la marque, exposition au grand public, davantage de marques avec le logo de la marque sur le produit.
- Engagement des clients, capacité à s'engager davantage avec l'IAAS et ses membres.



Pourquoi ?

Dans notre cas, cela signifie que notre association sera mieux connue dans le monde entier, ce qui pourrait alors se traduire par un plus grand nombre de membres, de comités et de partenaires désireux de collaborer avec nous. De plus, le fait d'avoir des articles de marchandise en tant que comité de l'IAAS va encourager la formation d'un lien de groupe entre les membres individuels, car chacun peut physiquement se sentir membre du groupe. De cette façon, être membre de l'IAAS devient quelque chose dont on peut être fier. Cela va entraîner une plus grande motivation des membres individuels, un plus grand engagement et, au final, une meilleure performance du groupe. Le marchandage est une option efficace pour obtenir des allocations de revenu pour le comité local/national.

Dans ce cas, tous les bénéfices tirés de la vente des marchandises peuvent être utilisés pour payer les cotisations des membres (MF) et pour financer les activités internes du comité local/national. Une note importante suit : Le fait que nous soyons une organisation à but non lucratif ne signifie pas que nous n'avons pas le droit de gagner de l'argent. Nous avons besoin d'argent pour couvrir nos coûts, payer nos projets et atteindre nos objectifs. Le but ultime de ces projets est de parvenir à la prospérité et à l'indépendance financière du comité et de faire quelque chose de bien pour la communauté.



Pourquoi les gens doivent-ils acheter la marchandise de l'IAAS ?

- Le "pourquoi" n'est pas une question d'argent, c'est un résultat. Le "pourquoi" est le but.
- Le "pourquoi" dépend de la façon dont vous expliquez votre objectif et la raison pour laquelle vous existez et vous vous comportez comme vous le faites. Ainsi, le marchandage doit faire partie de la mise en œuvre de votre vision et de vos convictions. Vous devez être capable d'expliquer le but de l'IAAS, ce que vous voulez réaliser, *pourquoi vous existez*. Si vous y parvenez, vos ventes de marchandises se dérouleront sans heurts et l'argent arrivera automatiquement.



Veillez regarder le cercle d'or

Pourquoi ?

Pour diffuser notre marque IAAS ainsi que notre vision, en étant la plus grande association d'étudiants en développement de la jeunesse et en *agriculture au monde*.

~ Vision : Les étudiants jouent un rôle actif en tant que leaders dans leur société. Ils entrent dans la vie professionnelle avec des idées novatrices et contribuent au développement durable dans le domaine de l'agriculture et des sciences connexes.

Comment ?

Comment atteindre le bon public cible ? Dans ce cas, nous partageons notre vision à travers les **produits de l'IAAS** et leur marketing dans le cadre des **projets globaux pour les membres de l'IAAS (et d'autres) dans le monde entier**. Le processus d'élaboration de l'idée et la fabrication des produits doit faire partie de notre philosophie. De plus, en vendant nos marchandises avec la bonne stratégie, nos membres acquerront des compétences importantes qui sont hautement nécessaires dans le domaine de l'agriculture : Les agriculteurs et les agronomes doivent également savoir comment vendre leurs produits et leurs idées ! L'acte de marchandage lui-même aide également à réaliser notre vision !

Quoi ?

Produits finaux : **projets globaux + marchandise elle-même** que nous vendons. Idéalement, les produits sont liés à nos projets et/ou au domaine de l'agriculture et des sciences connexes.

Ainsi, le produit que nous vendons doit représenter l'IAAS elle-même, par exemple : Les produits du Village Concept Project (VCP) sont considérés comme des marchandises. Idéalement, ce sont aussi des **biens dont l'utilisation est durable et qui reflètent le mouvement écologique**.

Comment ?

Il est important d'établir un plan avant de procéder à des opérations de marchandage au sein de votre comité local/national. La planification des marchandises est une méthode de sélection, de gestion, d'achat, d'exposition et de fixation des prix des produits de manière à obtenir un retour sur investissement maximal et une valeur ajoutée à la marque en répondant aux besoins des consommateurs tout en évitant la surproduction.



Comment #1: Prévision de la demande

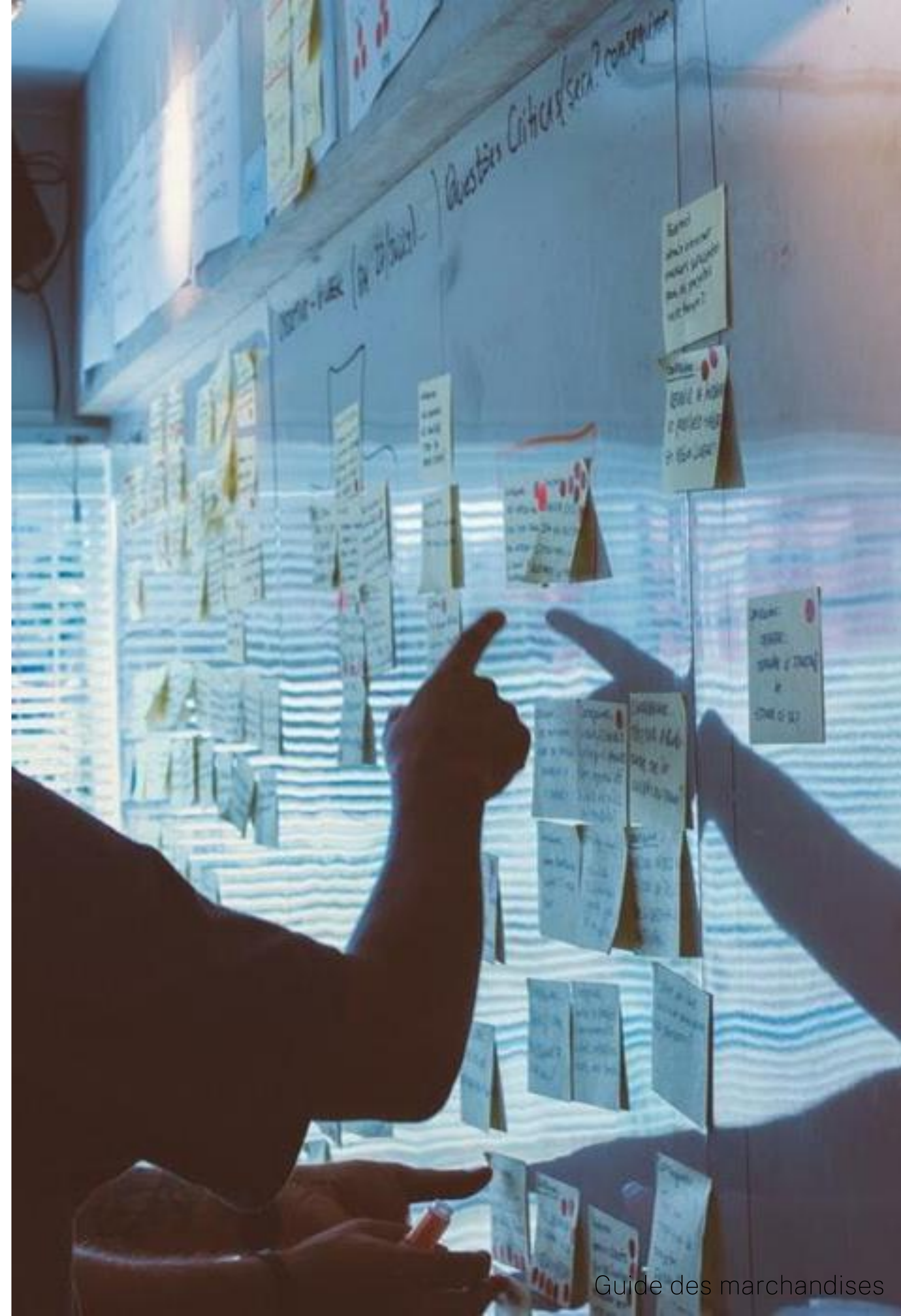
La première chose à faire est de prévoir la demande à l'aide d'études de marché et des demandes des consommateurs, par exemple Qu'est-ce que les étudiants de votre faculté aimeraient acheter ? Demandez à vos amis ou à des étrangers sur le campus ou faites une enquête en ligne ! La prévision de la demande est le pilier. Elle implique l'anticipation du comportement d'un client pendant une saison de vente. L'estimation doit vous renseigner sur les produits à acheter, leur nombre, leur prix de vente et s'il est nécessaire d'ajouter de nouveaux produits à votre assortiment de marchandises existant.



Comment #2: Besoins en

Une fois que vous avez prévu la demande et que vous savez de combien vous avez besoin, il est temps de planifier comment vous allez acheter et gérer les produits afin de pouvoir fournir le bon produit, au bon moment et au bon endroit à votre client bien-aimé.

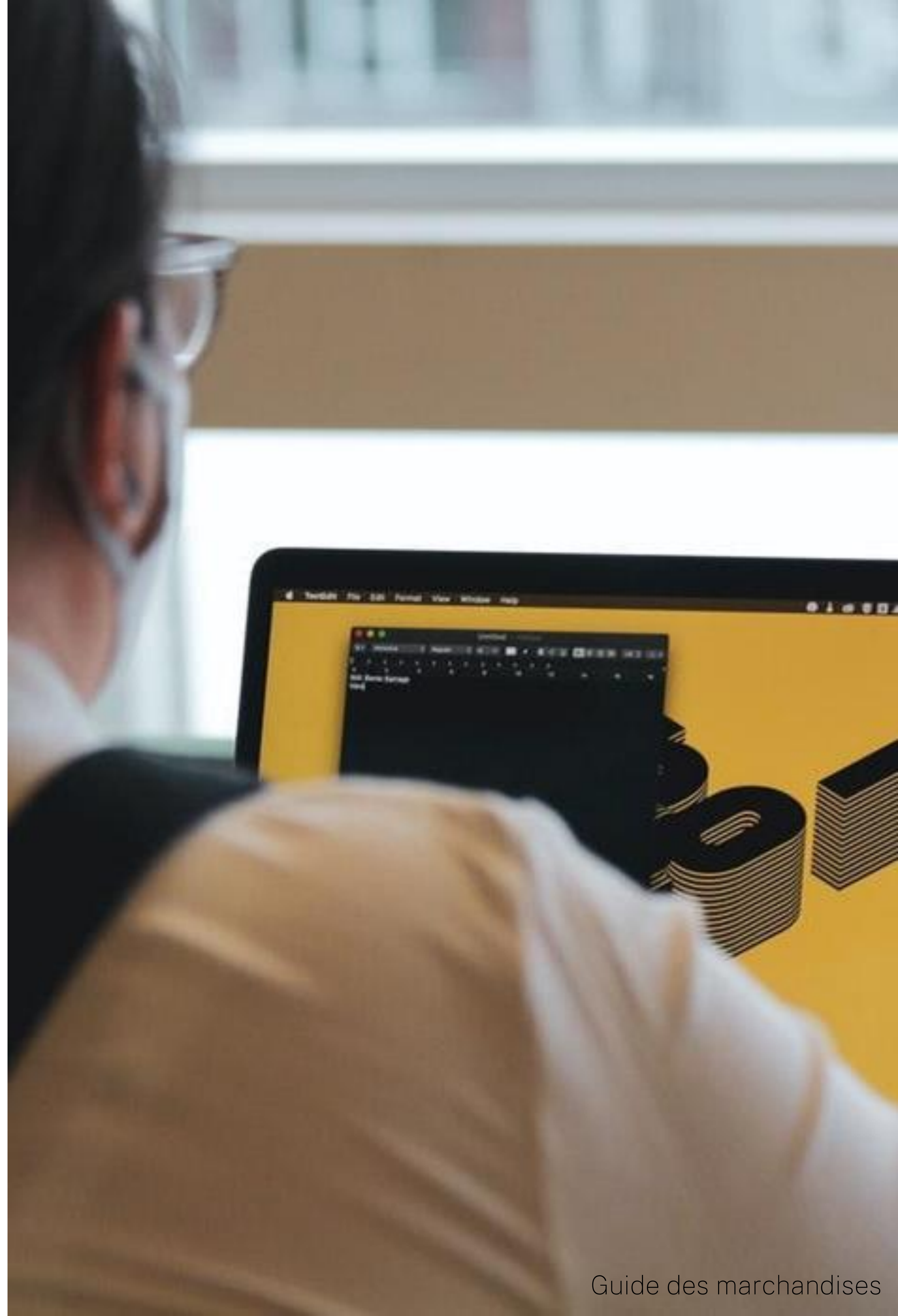
- a. Budgétisation : vous devez d'abord savoir combien vous devez investir de votre propre argent et comment vous pouvez le minimiser.
 - i) Plan de vente : pour un certain montant de dépenses, quel revenu pouvez-vous générer avec vos meilleures compétences en matière de vente ? Une certaine dépense en vaut-elle la peine ?
 - i) Marge brute : Quel sera votre profit au final ? Et si vous avez des résultats décevants ? Le bénéfice final que vous réaliserez en vaudra-t-il la peine ? Ou bien n'avez-vous pas besoin de profit et l'objectif principal est-il uniquement la stratégie de marque ?
- b. Planification de l'assortiment : veiller à ce que les clients obtiennent des produits qui leur conviennent personnellement. Attention aux détails : Quels seront la couleur, la taille, les matériaux, la marque de votre produit ? Ces éléments doivent être précisés.



Comment #3: Conception de prototypes

C'est une façon peu risquée de concevoir d'abord un prototype et de tester l'intérêt des acheteurs potentiels. Demandez à vos amis et à votre famille s'ils souhaitent acheter le produit que vous avez conçu. Vous pouvez réaliser les modèles de la manière que vous souhaitez. Vous pouvez inclure le logo mondial de l'IAAS ou le logo de l'IAAS de votre propre pays. Idéalement, vous avez des compétences de base en matière de conception en ligne (ou vous connaissez quelqu'un qui en a). N'oubliez pas de prendre en compte les besoins spécifiques des futurs producteurs de votre produit pour pouvoir transformer votre dessin en un produit réel.

Note : Nous avons un compte professionnel sur la plateforme de conception en ligne "Canva" avec IAAS. Vous pouvez le rejoindre avec votre adresse électronique officielle de l'IAAS (en tant que ND, NT ou NExCo...). Si vous ne l'avez pas encore fait, vous devez obtenir un lien auprès du vice-président de la communication (vpcommunication@iaasworld.org, actuellement Festus) afin de rejoindre le groupe IAAS Canva.



Comment #4: Produire.

Lorsque vous avez un bon design, vous pouvez commencer à chercher le fabricant qui répond à vos besoins. Après avoir fait vos recherches sur les fabricants qui pourraient vous convenir le mieux, commencez à réduire votre liste en comparant les prix, les délais et les processus de production. Veillez à détailler toutes les spécifications de votre produit (comme la taille, les couleurs et les composants) sur une fiche technique que vous fournirez à votre fabricant.



Comment #5: Vente et Promotion.

Un plan de promotion solide est essentiel pour réussir à vendre vos marchandises. Examinez la promotion de plus près et décomposez-la en trois objectifs : **comprendre le marché cible (vous devriez déjà l'avoir fait au début), déterminer où vendre et promouvoir réellement votre produit.** En outre, vous devez décider du prix de vente.



Calculer vos coûts, prix de vente et bénéfices

La planification de vos finances peut faire la différence entre une entreprise florissante et évolutive et le fait de se faire prendre au dépourvu par des dépenses imprévues ou des marges bénéficiaires trop faibles. Déterminez votre modèle de prix final afin de réaliser le plus grand profit possible tout en vendant au prix du marché prévu.

Point d'équilibre : En utilisant votre feuille de profits et pertes (budget), déterminez combien vous devrez vendre avant d'atteindre le seuil de rentabilité (Revenus = Dépenses), en incluant éventuellement les coûts fixes de votre comité (comme la Cotisation Annuelle (MF)). Ce chiffre est-il raisonnable ? Combien de temps pensez-vous qu'il faudra pour atteindre cet objectif ?

Voici quelques conseils pour déterminer le prix de votre produit :

- Calculer le coût total de production pour différents volumes de commande (Coût total de production = Fabrication + Matériaux + Expédition + Coût d'emballage)
- Calculer des prix rentables. Maintenant que vous connaissez tous les coûts, que faut-il pour être rentable ?



L'un des moyens les plus simples de fixer le prix de votre produit est le **prix coûtant majoré (Cost-Plus Pricing en anglais)**. La tarification au prix coûtant consiste à calculer le total des coûts nécessaires à la fabrication de votre produit, puis à ajouter un pourcentage de majoration (comme 50 % des coûts) pour déterminer le prix final.

Déterminer où vendre vos produits

Décider où vendre vos produits est l'une des décisions les plus difficiles que vous aurez à prendre. Sans clients, vous ne pouvez pas vendre vos produits. Alors, où pouvez-vous trouver des clients qui correspondent à votre définition d'un acheteur idéal ? Il y a trois façons principales de vendre des produits : en ligne, dans les magasins locaux et dans les foires/marchés d'artisanat.



En ligne

L'un des principaux avantages de la vente de produits en ligne est la possibilité d'atteindre le plus grand nombre de clients potentiels. Quelle que soit la voie que vous empruntez pour vendre en ligne, vous aurez besoin d'images de haute qualité de vos produits et de descriptions bien rédigées qui attirent les acheteurs. Vous devrez également réfléchir à la manière de traiter les commandes. Allez-vous livrer les produits ? Les gens doivent-ils venir chercher leur commande ? Les gens doivent-ils payer pour la livraison ? Comment allez-vous procéder à la livraison ?

Magasins locaux

Pour que vos produits soient exposés dans les magasins de proximité, il faut qu'ils soient vendus d'une autre manière : directement au propriétaire du magasin. Vous devez donc effectuer des recherches sur les magasins potentiels, comme vous le feriez pour déterminer les acheteurs individuels idéaux. Ce magasin attire-t-il votre marché cible ? Dispose-t-il d'un stock de produits similaire à celui que vous proposez ? Comment vos produits complètent-ils l'inventaire existant tout en étant différents de tout le reste ? Avez-vous un magasin spécial pour étudiants sur votre campus où vos chances sont élevées par exemple ?

Conventions, Foires et Marchés

Ce sont des lieux privilégiés pour la vente de produits artisanaux, car les gens s'y rendent spécifiquement pour trouver des produits uniques qui ne sont pas disponibles ailleurs. Pour pouvoir vendre sur ce type de marchés locaux, il faut généralement payer un droit d'entrée qui vous permet d'exposer vos produits. Veillez à apporter des fournitures telles que des tables, des stands, etc. pour exposer vos produits et des panneaux de signalisation pour faire connaître votre marque.

Commercialisation de votre produit (Promotion)

Décrire et photographier le produit

L'une des premières choses que vous voudrez faire lorsque vous commercialisez votre produit, c'est d'en rédiger une description. Cette description sera la base d'une grande partie de votre communication avec les consommateurs. Donnez des détails sur la taille du produit, les matériaux dont il est fait, son poids (le cas échéant) et ses autres caractéristiques. Essayez également de décrire le problème que vous résolvez pour le client. Cela l'aide-t-il à faire quelque chose ? Est-ce que cela leur apporte de la joie ? Il est tout aussi important (sinon plus) d'avoir de belles images qu'un texte de vente fort. Que vous vendiez en ligne ou que vous fassiez la promotion d'une vente physique via les médias sociaux, les photos sont une partie essentielle de votre arsenal marketing.

Communiquer avec les acheteurs potentiels

L'éventail des options promotionnelles est ÉNORME ! Vous pouvez tout faire, des courriels aux cartes postales, en passant par les annonces numériques et les médias sociaux. Encouragez l'engagement avec des réductions, des cadeaux avec achat, des concours et des prix (organisez un concours et offrez votre marchandise comme prix), des échantillons, etc. Mais ne vous laissez pas submerger par tous les chemins que vous pouvez emprunter. Vous ne pouvez pas tout faire ! Concentrez-vous plutôt sur une ou deux techniques et allez vraiment aussi loin que vous le pouvez avec elles.

Utiliser les dates importantes dans les messages de marketing

Une façon de créer un sentiment d'urgence et de donner aux clients une raison d'acheter "MAINTENANT" est d'utiliser stratégiquement des dates spéciales dans vos messages marketing. Aux alentours de Noël, par exemple, il est courant de voir des réductions spéciales pour le Cyber Monday. Cependant, vous pouvez prévoir des promotions ou des soldes à tout moment de l'année. Par exemple, le début ou la fin d'un semestre, une assemblée générale (AG) et d'autres activités peuvent être bonnes pour les IAAS.

IAAS Merchandise 101

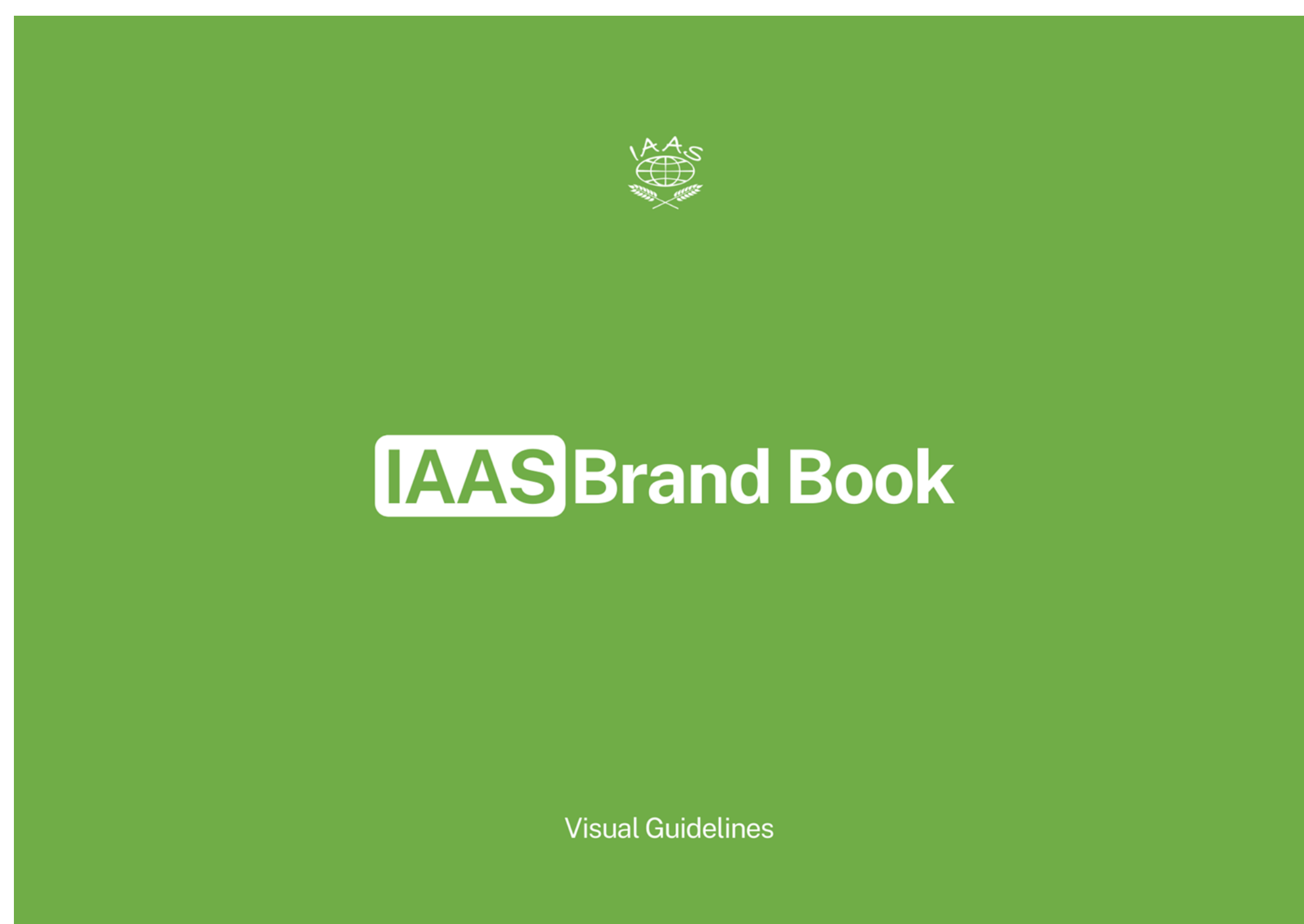
La conception de produits spéciaux tels que des T-shirts, des carnets, des boutons d'épingle, des bouteilles rechargeables et des sacs avec une mise en page attrayante peut permettre à vos membres de se procurer facilement des fonds. Mieux encore, il est possible d'avoir une carte de membre dans votre comité national ou local qui donne droit à des réductions et autres avantages (comme autre moyen de promotion).

L'équipe des finances, sous la direction du vice-président mondial des finances Kamiar Torabi, a mené une enquête (en janvier 2021) qui a été distribuée aux trésoriers nationaux pour prévoir la demande. Les résultats de cette enquête ont permis de constater que les articles les plus demandés sont les suivants: **T-shirt, sweat à capuche, veste, tasse et outils de jardinage et d'agriculture**. Il a également été noté qu'il y avait le désir d'avoir des articles de merchandise qui sont en accord avec nos valeurs, comme l'utilisation de coton cultivé biologiquement, que nous soutenons fortement.



Directives concernant les marques

Les bases de la création de visuels dans les produits doivent être tirées des "[Directives de la marque IAAS](#)" suivantes, élaborées par l'équipe de communication et de marketing de l'IAAS World. Vous pouvez contacter l'équipe de communication et de marketing (vpcommunication@iaasworld.org) pour consulter et discuter des produits que vous préparerez pour votre projet. Ils peuvent vous donner de nombreux conseils précieux sur la conception et les stratégies de marketing.



Des exemples de conception et de prototypes

Pour terminer ce guide, nous vous fournissons quelques exemples de prototypes que vous pouvez utiliser comme inspiration ou simplement copier pour votre propre campagne de merchandising dans votre comité national/local [Note : Dans ce cas, les prototypes avec le logo "Proud to be an IAAS'er" sont destinés aux membres de l'IAAS. N'hésitez pas à trouver d'autres idées et à changer votre marque cible]. Une fois de plus, nous vous recommandons d'utiliser des matériaux écologiques dans vos produits et d'essayer de trouver d'autres relations avec vos domaines d'études ! Si vous avez des partenaires et des sponsors, essayez de les impliquer également. Cela vous serait bénéfique à tous.

Voici quelques exemples de marchandises que vous pouvez offrir :









Outils d'agriculture/jardinage.

Qu'est-ce qui serait mieux pour une organisation agricole ?
Les petites plantes de cactus en bas sont un exemple concret de l'IAAS Bangladesh. Ils avaient simplement des autocollants (transparents) avec le logo de l'IAAS et les ont collés sur les petits pots de fleurs des cactus, et voilà le produit de la marchandise ! Cela peut être bon, mais tellement simple !

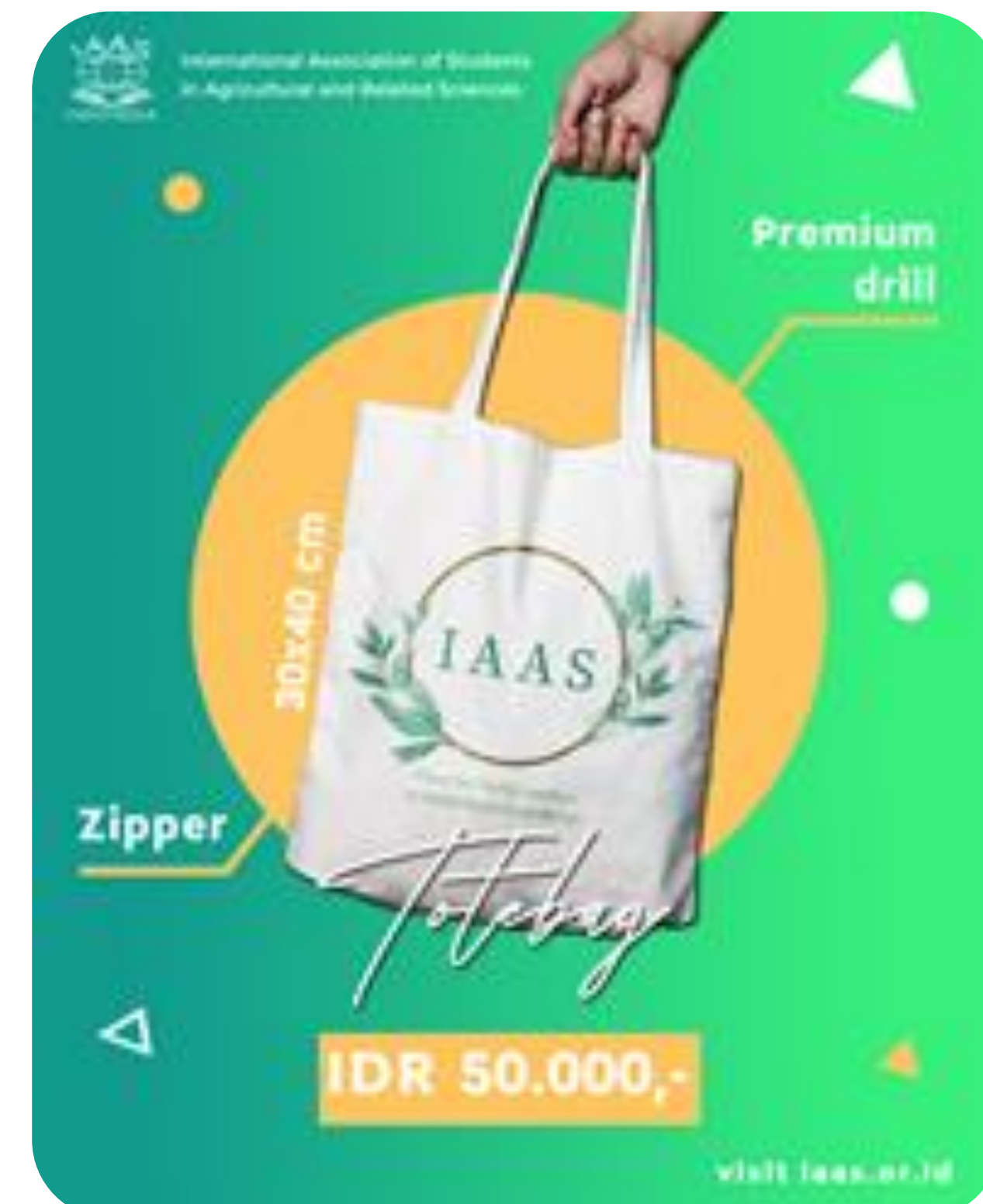
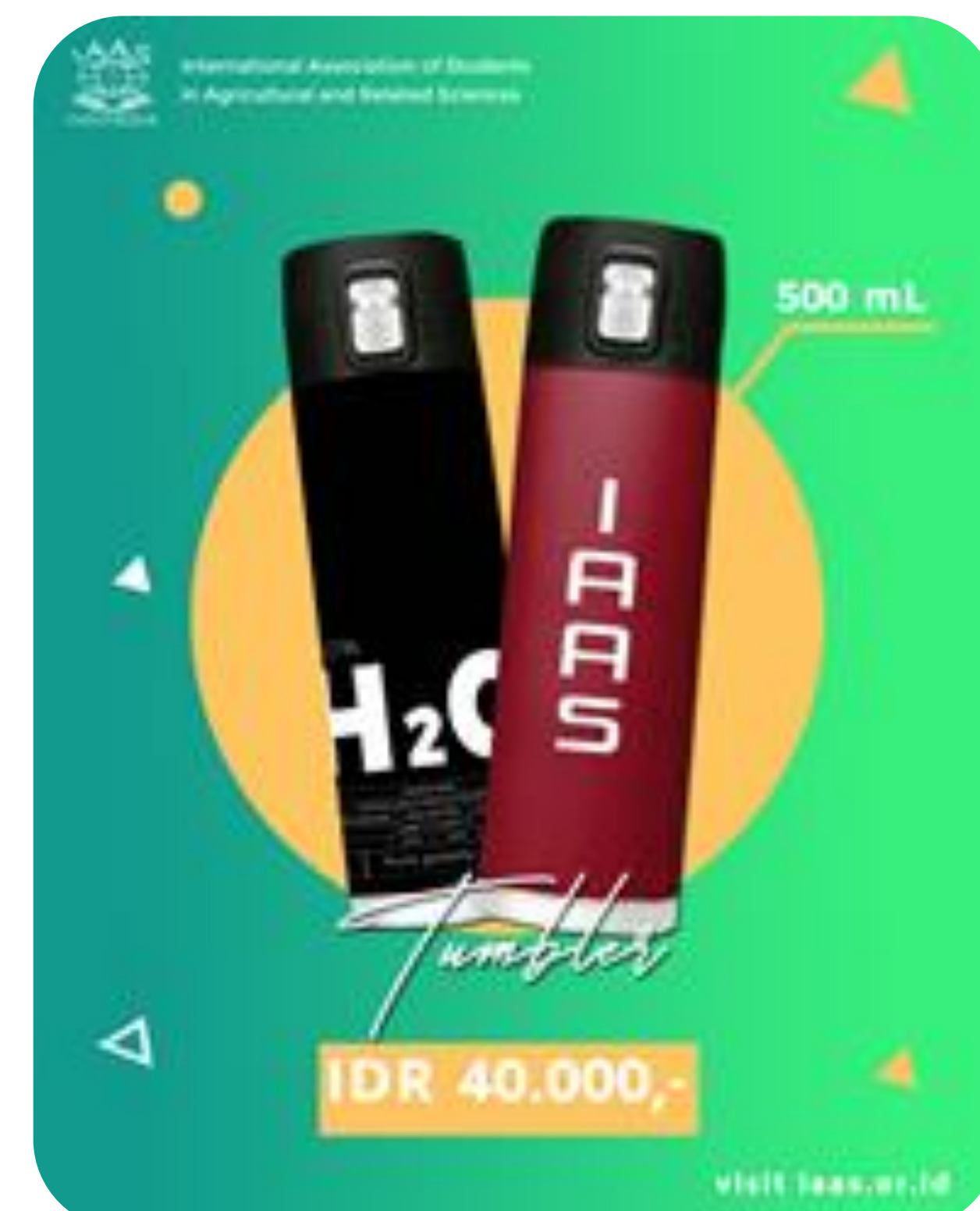
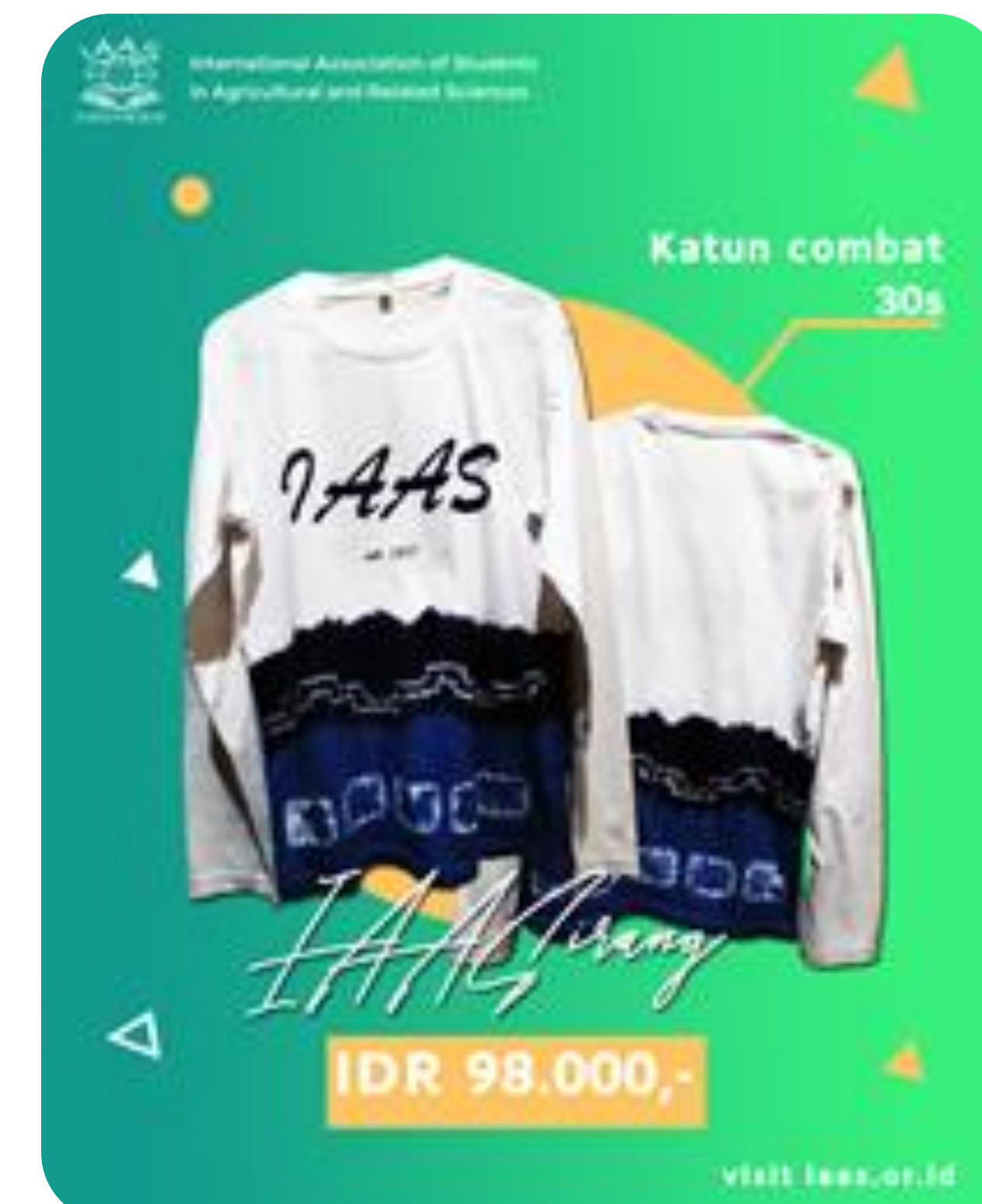
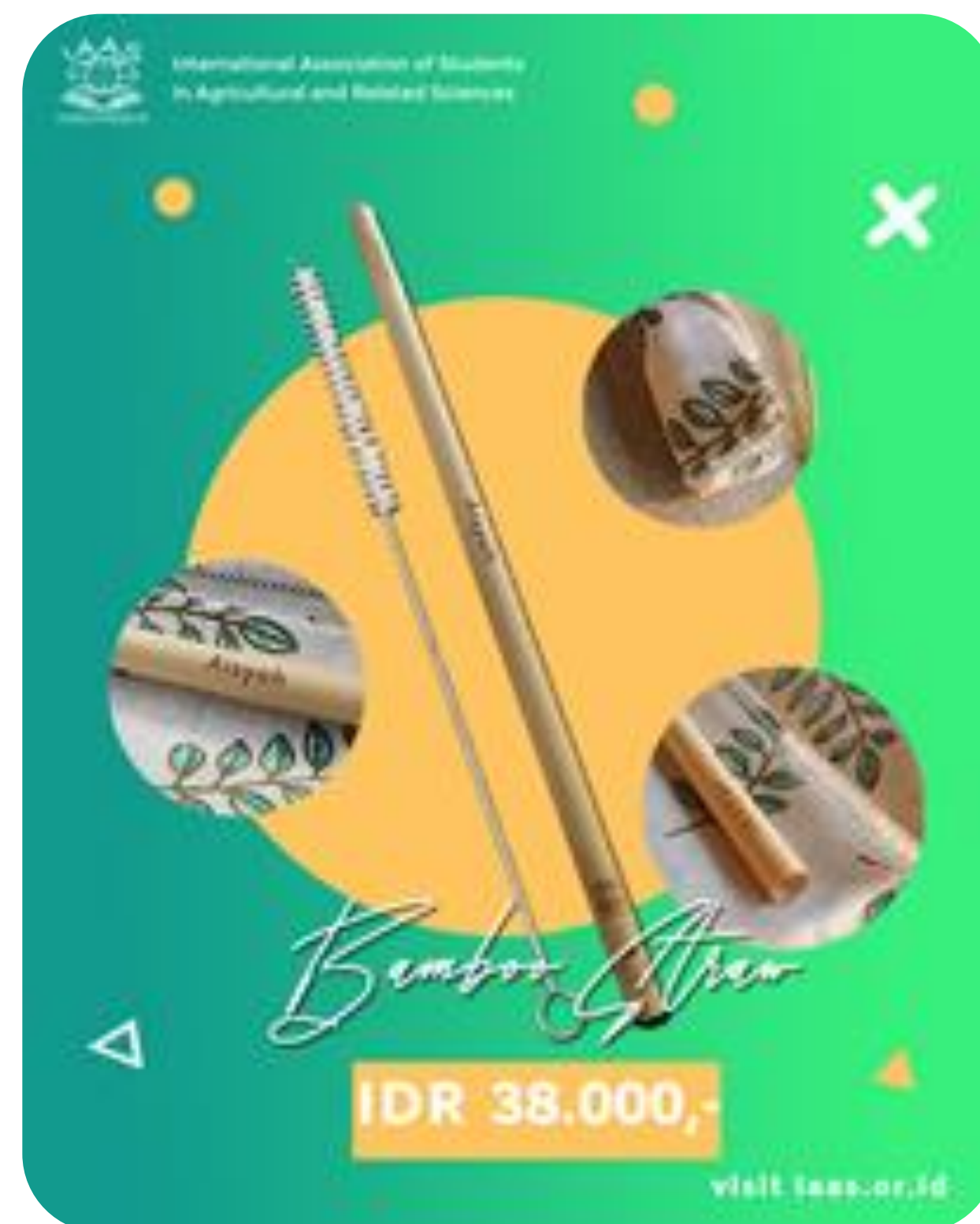
La dernière photo, en haut, est un produit très intelligent [Note : la photo ne porte pas le logo de l'IAAS, dans la vie réelle bien sûr nous mettons notre propre logo] : Un gros problème est le gaspillage des gobelets en plastique ou en papier à usage unique (de Starbucks par exemple). Vous, avec votre équipe, pouvez sauver ces gobelets lorsqu'ils sont utilisés et y faire pousser des plantes. Enveloppez-les dans une housse avec le logo de l'IAAS, et encore une fois, vous avez un produit de merchandising !



Exemple de Récapitulation de IAAS Indonésie.

RECAPITULATIONS MERCHANDISE ITEMS INDONESIA 2019									
VICE DIRECTOR OF FINANCE TEAM									
NO.	NAME	ITEM	SIZE	COLOR	QUANTITY	Local Committee	ADDRESS	PAYMENT	DISCOUNT
1	Airlangga Wijaya	Jacket	XL		1	UNUD	Rumah Kos DeNays kamar no.8, Jl. Blk	DONE	
2	Siska Agustina Pertiwi	Tumbler		BLACK	1	UNEJ	Jl. Bangk IV No.33, Sumbersari, Jemb	DONE	
3	Siska Agustina Pertiwi	IAASirang	M		1	UNEJ	Jl. Bangk IV No.33, Sumbersari, Jemb	DONE	
4	Dewa Putu Adhi Nugraha Anor	Tumbler		BLACK	1	UNS	Perum Grand Residence, Jalan Altema	DONE	
5	Afifah Yasmin Soetopo	Jacket	XL		1	UMY	Jalan Raya Bantul KM 7,5 Krantil RT 55	BELUM	27200
6	Desri Wulandari	Jacket	M		1	UMY	Jalan Raya Bantul KM 7,5 Krantil RT 55	BELUM	27200
7	Maki Iukmanul hakim	Jacket	M		1	UMY	Jalan Raya Bantul KM 7,5 Krantil RT 55	BELUM	27200
8	Wahidatussholim	Jacket	XL		1	UMY	Jalan Raya Bantul KM 7,5 Krantil RT 55	BELUM	27200
9	Aqilah	Jacket	L		1	UMY	Jalan Raya Bantul KM 7,5 Krantil RT 55	BELUM	27200
10	Aloyah Novianti	Jacket	M		1	UMY	Jalan Raya Bantul KM 7,5 Krantil RT 55	BELUM	27200
11	Alissa Qotrunnada	Jacket	XL		1	UMY	Jalan Raya Bantul KM 7,5 Krantil RT 55	BELUM	27200
12	Fetty Nurcahyati	Jacket	M		1	UMY	Jalan Raya Bantul KM 7,5 Krantil RT 55	BELUM	27200
13	Aviscenna Syahidatunnachman	Jacket	M		2	UMY	Jalan Raya Bantul KM 7,5 Krantil RT 55	BELUM	
14	Aviscenna Syahidatunnachman	Jacket	L		1	UMY	Jalan Raya Bantul KM 7,5 Krantil RT 55	BELUM	
15	Langlang mellany	Baseball cap		Navy	1	UB	Jl. Raya candi 2 gg nusa indah no 507, k	DONE	6800
16	Nabilah Strata Ilma	Jacket	S		1	UNEJ	Cluster Tidar Asri Blok D4	DONE	
17	Dania novita adila putri	Baseball cap		Maroon	1	UB	Jln. Kertoleksono no. 2A Rt/Rw 07/CB,	DONE	
18	Febrina Ika putri	Tumbler		Red	1	UB	Jl. Sigura-gura V kavling 15, ketawang	DONE	

Encore un
exemple
concret,
mais cette
fois-ci en
Indonésie
(Source :
IAAS
Indonésie,
2019)



Pour terminer les exemples, deux belles photos de groupe de l'Assemblée générale de l'IAAS Belgique en 2019, où l'on voit les t-shirts de l'IAAS Belgique créer une bonne ambiance de groupe. J'ai (VPF Kamiar) toujours ce T-shirt et je le garde avec de bons souvenirs.



Remerciements

Kamiar Torabi

IAAS World
VP of Finance
2020/2021

vpfinance@iaasworld.org

Rizeki Muliawati

IAAS World Finance Quality
Board Marketing Officer
2020/2021

marketing@iaasworld.org

Rizka Rahmawati

IAAS World Finance Quality
Board Financial Independence
Officer 2020/2021

financeqb@iaasworld.org

Festus Septian Yosafat

IAAS World
VP of Communication
2020/2021

vpcommunication@iaasworld.org

Nasrallah Idrissi

IAAS MENA
Regional Finance Coordinator
2020/2021

finance.mena@iaasworld.org





**International Association
of Students in Agricultural
and Related Sciences.**

Created by FamillAAS

Copyright © 2021