

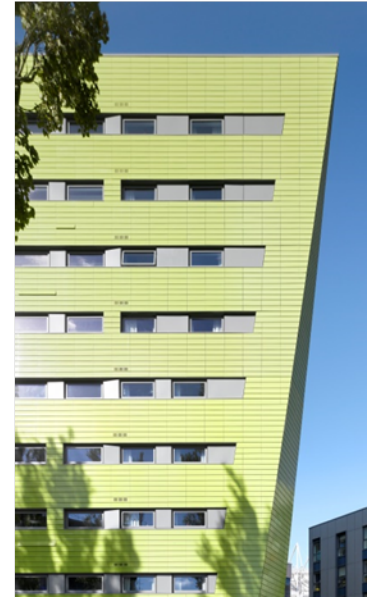
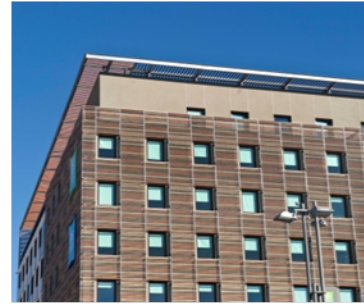


TERREAL

Terre de votre imagination

Club Pricing – 9 avril 2019

Les activités de Terreal



Chiffres clés 2018



347

MILLIONS D'EUROS
de chiffre d'affaires



25

SITES INDUSTRIELS

17 en France, 4 en Italie,
2 en Malaisie, 1 aux Etats-Unis, 1
en Espagne



2300

COLLABORATEURS



6

BUREAUX COMMERCIAUX

Chine, Thaïlande, Singapour,
Bahreïn, Belgique et
Royaume-Uni

20 000 000 m²

de tuiles vendues
dans le monde

150 000

Maisons par an construites ou
rénovées avec
les tuiles TERREAL

20 000

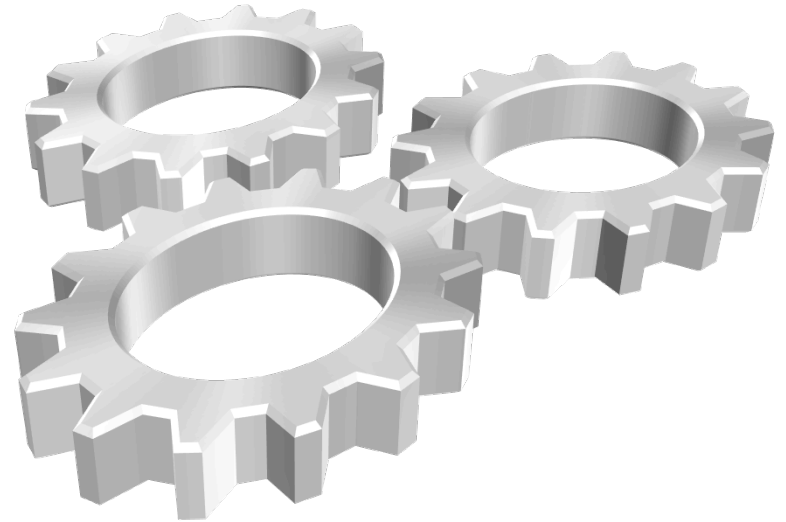
Maisons par an construites
avec les briques TERREAL

Les 3 facteurs clés de succès de notre projet pricing

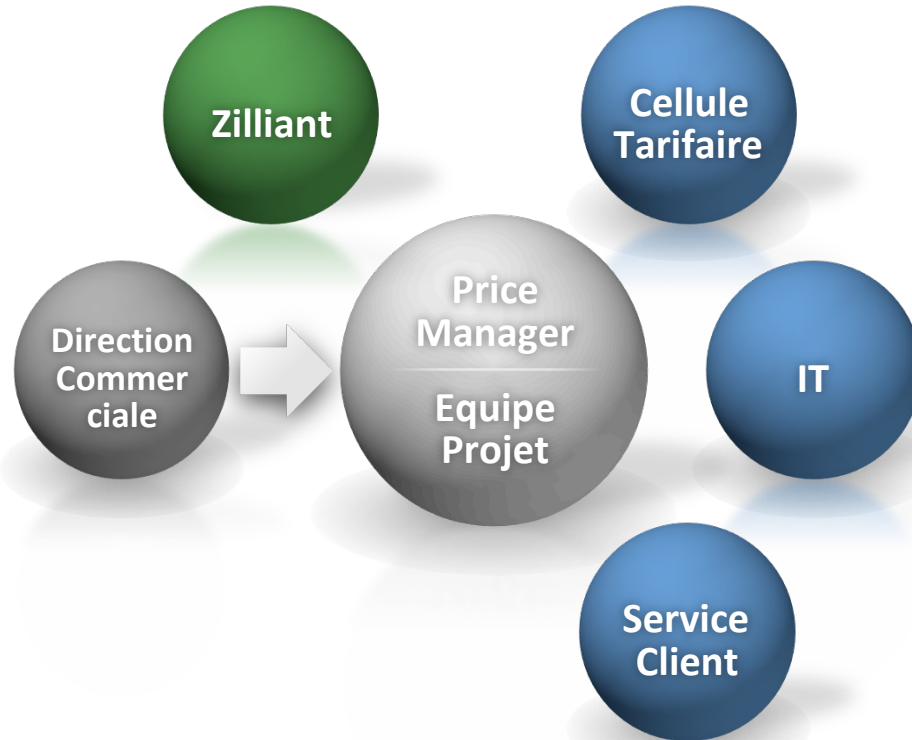
1) La mobilisation de l'organisation

2) L'implication de la force commerciale

3) La mise en place des process et du pilotage du plan pricing annuel



La mobilisation de l'organisation autour du projet pricing (quelle part de temps, quelle gouvernance ?)



+ Finance

+ Marketing

+ Direction générale

Avec une gouvernance projet bien définie

Comité pricing

- COMEX + Copil Projet + Dir Marketing

Copil projet

- DirCo, Price Manager, Dir Ventés, Dir Contrôle Gestion, CDO

Equipe projet

- *Chef de projet* *Price Manager*
- *Sponsor* *Directeur Commercial*
- *Membres* *Directeur Service Client*
Responsable Développement SAP
Responsable Données Maitres
+ Expertise ad - hoc

Fréquence réunion

2 fois / an

1 fois / mois

2 fois / mois

L'implication des forces de vente

(Comment les animer, conduire le changement ?)

1 Un plan pricing progressif sur 3 années tarifaires

Année 1 : la structure tarifaire, 2 : la segmentation client, 3 : les outils / pilotage

2 La mise en place d'une stratégie pricing annuelle

	S1 2019	S2 2019
Grille	Impli arrêt franco <ul style="list-style-type: none">• Suivi de la mise en place de l'arrêt du franco	Ateliers Grille 2020 <ul style="list-style-type: none">• Préparation ateliers tarifaires 2020 avec scénarios SI, opportunités grilles• Accompagnement ateliers tarifaires 2020
CS	Optimisation CS <ul style="list-style-type: none">• Définition et partage de règles communes• Mise en place rituels suivi CS (+ gratuit) lors des EIT• Utilisation opportunités CS• Mise en place reporting CS (catégories détaillées, quantités)• Utilisation remise en cascade	
Gold	Négociation Gold <ul style="list-style-type: none">• Centralisation et partage des bonnes pratiques de négociation• Utilisation du fichier cible passage hausse Gold 2019• Reporting suivi passage hausse Gold en avril 2019• Amélioration reporting contrôle utilisation Gold	Préparation Négo 2020 <ul style="list-style-type: none">• Objectifs Gold• Liste clients + obj• Préparation négo• Utilisation des opportunités

Selon les catégories tarifaires

Avec des temps dédiés pendant l'année
(ateliers, analyses, formation)

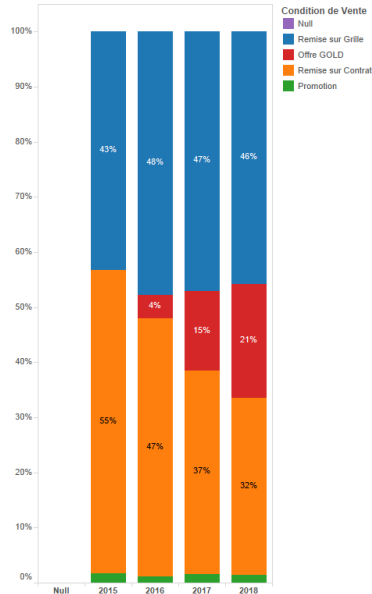
En séparant réflexion et saisie opérationnelle

Un plan progressif déroulé sur 3 années tarifaires pour s'assurer de l'appropriation des délégués commerciaux

1 Recalage de la structure tarifaire

Conditions
annuelles

Conditions
négociées



2 La segmentation client

Cohérence au sein d'un département

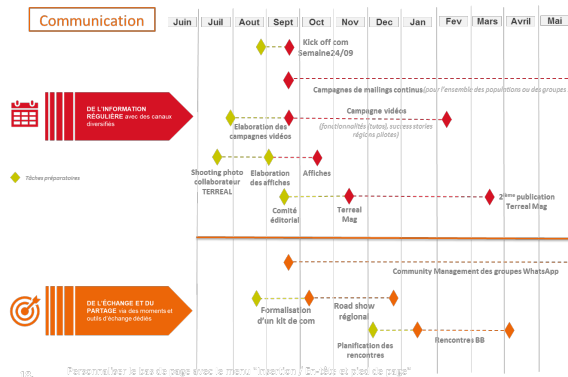
Classement client : 1 étoile à 4 étoiles

2 dimensions de segmentation :

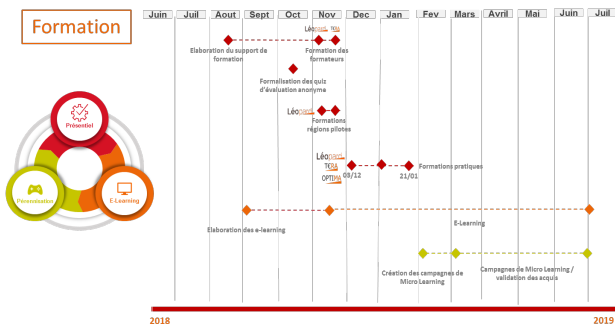
- Typologie client
- Dynamique commerciale

Un plan de conduite du changement avec 3 volets

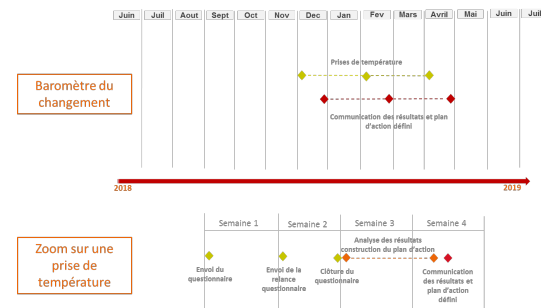
1 Communication



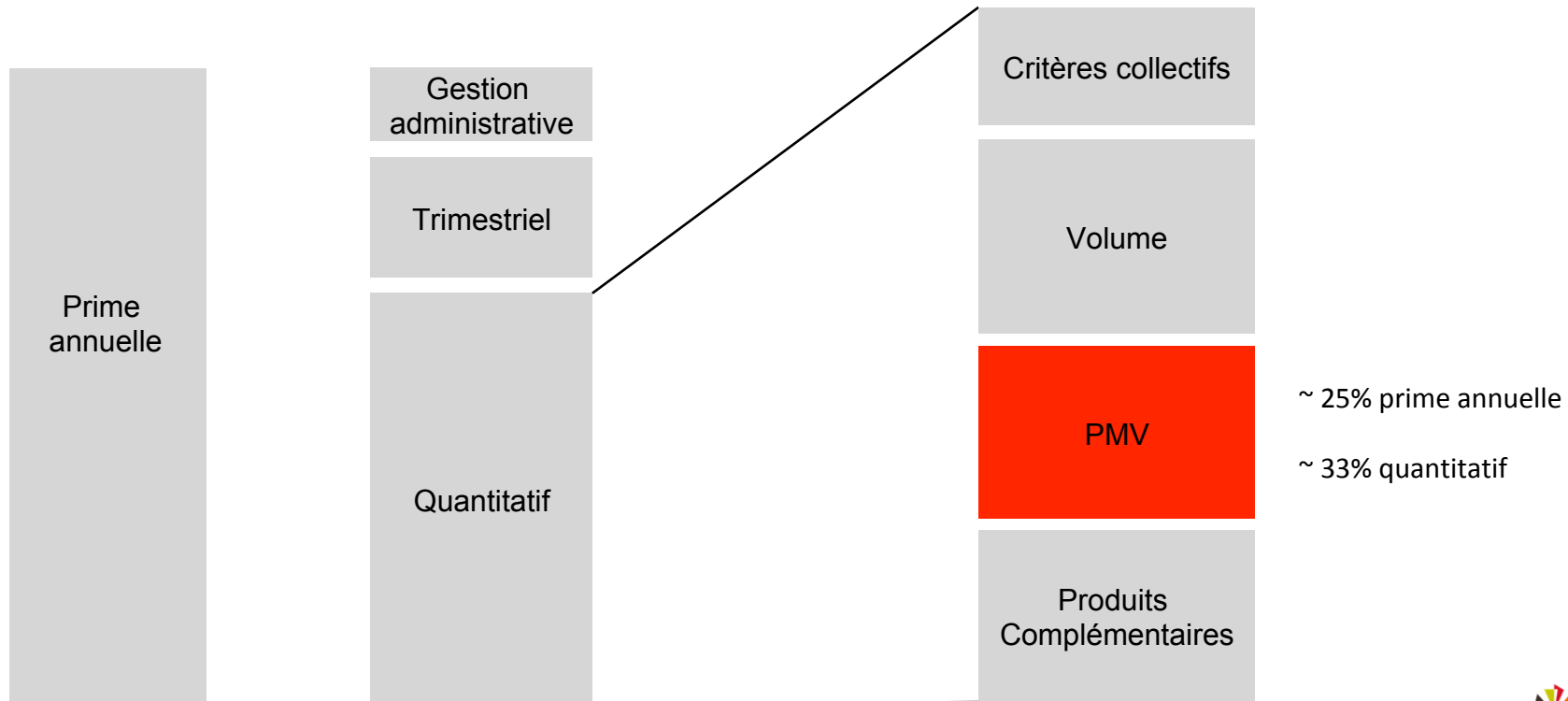
2 Formation



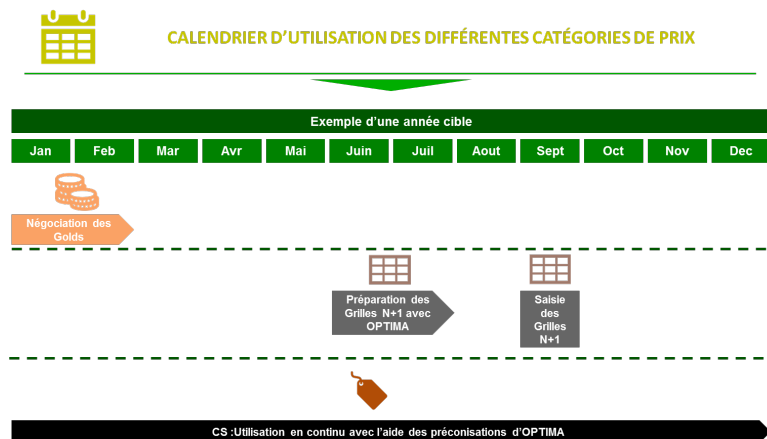
3 Suivi adoption



L'alignement des variables des DC sur le plan pricing avec un critère prix basé sur une hausse prix demixée



La mise en place d'un process annuel sur le pricing (quels rituels mettre en place, comment mesurer la performance ?)



- Planning annuel d'activités liées au pricing (analyse, atelier, formation)
- Mise en place de rituels de pilotage
 - Mensuel, trimestriel, annuel
 - Dirco, Price Manager, DRV, Délégués
- A différents niveaux de l'organisation
 - National
 - Région commerciale
 - Secteur délégué commercial

Avec des outils spécifiques de pilotage

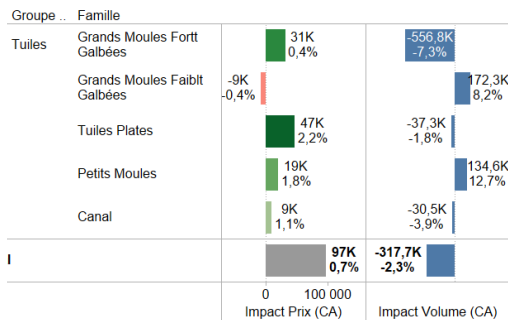
1

Un objectif annuel de plan pricing en euros

Activité	DRV	2018		PLAN 2019		CUMUL REEL 2019			
		Total général	Prévision	Janvier	Prévision	Ecart	Janvier	Prévision	Ecart
Couverture	Eric Capin	CA : 7 921 759	8 060 397	607 422	11 807	16 666	-4 859		
		CA : Impact prix	138 631	1 875	1 875	1 875	0,06%		
		Variation prix demixée	0,86%						
	Gilbert Spanghero	CA : 30 584 541	31 119 771	3 535 365	64 370	64 346	24		
		CA : Impact prix	216 819	535 229	1 293	1 293	1,78%	-0,62%	
		Variation prix demixée	0,71%						
	Laurent Blanchard	CA : 48 137 750	48 980 191	4 580 331	49 582	101 276	-51 694		
		CA : Impact prix	396 184	842 411	1 183	1 183	1,78%	-0,99%	
		Variation prix demixée	0,82%						
	Olivier Ansaud	CA : 31 897 475	32 453 691	3 092 198	568 206	67 108	-85 334		
	CA : Impact prix	674 016	1 583	-9,53%	1 583	1,78%	-2,28%		
	Variation prix demixée	1,84%							
Pascal Louvet	CA : 24 609 349	25 040 013	2 477 015	430 664	61 775	-24 689			
	CA : Impact prix	30 725 119	31 262 807	4 181 523	1 111	1,78%	-0,64%		
	Variation prix demixée	1,52%							
Rémi Greas	CA : 366 079	537 690	78 704	64 642	14 063	0,39%			
	CA : Impact prix	1 175	1 785	2,14%	1 785	1,78%	0,39%		
	Variation prix demixée	0,31%							
Structure	Eric Capin	CA : 1 780	1 544	2 468 754	80 770	40 485	40 286		
		CA : Impact prix	454 696	338 750	3 489	1 685	1,68%		
		Variation prix demixée	1,87%						
	Fabrice Lozay	CA : 20 409 111	20 745 962	2 468 754	18 599 342	19 211 391	22 102	37 491	-15 389
		CA : Impact prix	355 212	311 849	22 102	37 491	1,68%	-0,49%	
		Variation prix demixée	1,86%						
	Jean-Pierre Santesleban	CA : 18 899 342	19 211 391	2 045 150	2 780 000	173 091	3 375	6 425	-2 050
		CA : Impact prix	2 734 904	2 780 000	173 091	3 375	1,68%	0,01%	
		Variation prix demixée	14,48%						
	Olivier Ansaud	CA : 2 349 904	2 780 000	3 375	4 126	5 658	1 492	1,68%	
	CA : Impact prix	145 468	147 897	5 658	113	1,68%			
	Variation prix demixée	2,29%							
Fabrice Lozay	CA : 8 240	8 498	2 322	1 311	2 47	1,68%			
	CA : Impact prix	14 899	3 009	26 938	435	1,71%			
	Variation prix demixée	511 002	508 332	26 938	435	3,00%			
Jean-Pierre Santesleban	CA : 5 111 002	5 083 332	26 938	435	1 271	7 443	-2 315		
	CA : Impact prix	2 123 475	1 911 018	1 911 018	1 911 018	2,87%	3,00%	-0,13%	
	Variation prix demixée	61 907	5 128	7 443	1 271	2,87%	3,00%	-0,13%	
Olivier Ansaud	CA : 24 013	21 912 350	222 917 297	23 229 275	23 229 275	3 824 761	458 655	-132 686	
	CA : Impact prix	2 909 744	2 909 744	3 824 761	3 824 761	1,41%	1,78%	-0,33%	
	Variation prix demixée	1,21%							

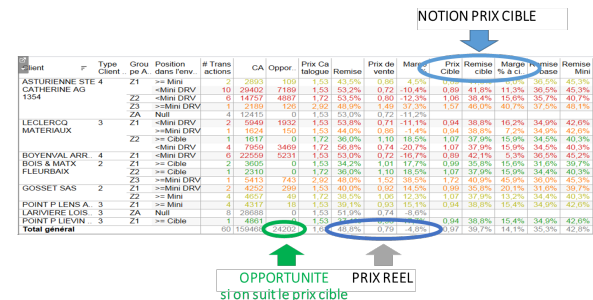
2

Des analyses de performance prix demixée



3

Des rapports d'opportunités pour orienter l'action (avec des petits pas)



Modèle	Aucun Comparable Sales				CA	Quantity	Price unitaire	Variation prix	CA	Impact pr.	Variation volu.
	CA	Quantity	Price unitaire	Variation prix							
Double canal 12	2 301 673,05	3 153 351	0,73	0,6%	15 365	-10,8%					
Romane canal	1 821 372,71	2 124 559	0,86	-1,8%	-39 202	-15,7%					
Languedoc DCL	1 257 975,97	1 543 149	0,82	2,1%	25 211	2,8%					
Romane Evolution	1 164 600,75	1 387 840	0,84	2,7%	28 041	7,8%					
Giverny PV	1 047 570,70	1 526 928	0,69	2,2%	20 566	10,3%					
Rustique	946 302,89	2 277 770	0,42	3,3%	27 973	7,7%					
Yohay PV	796 058,32	780 080	1,01	-1,1%	-8 099	9,5%					
Canal Languedocienne	583 077,74	1 312 782	0,44	1,1%	6 367	-0,6%					
Eminence	420 794,24	1 053 402	0,40	1,8%	9 583	-19,9%					
Côte de Beaune	314 064,78	320 414	0,98	-2,9%	-8 340	7,0%					
HORIZON 12	283 793,81	318 012	0,89	-1,5%	-3 861	11,8%					

Des questions ?



www.terreal.com