

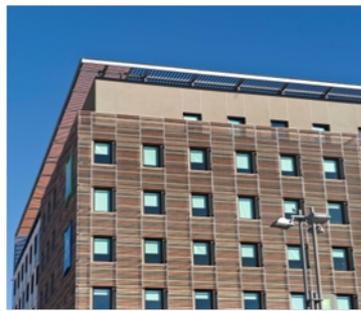


TERREAL

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

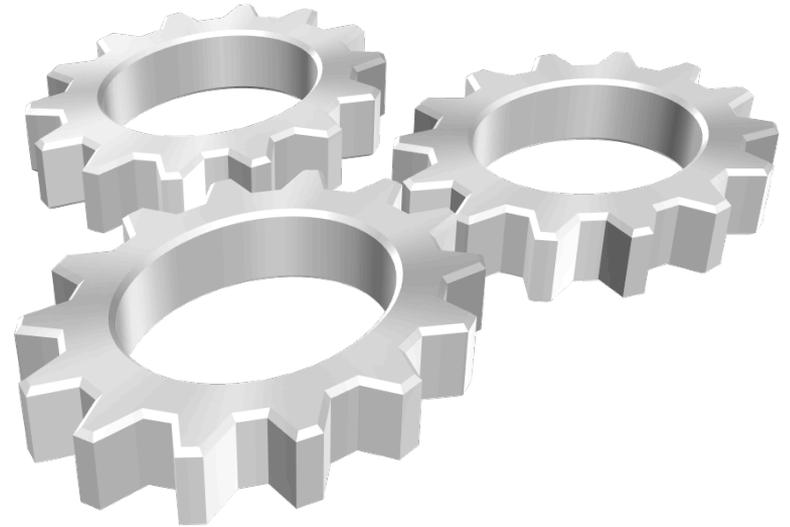
avec les briques TERREAL

Les 3 facteurs clés de succès de notre projet pricing

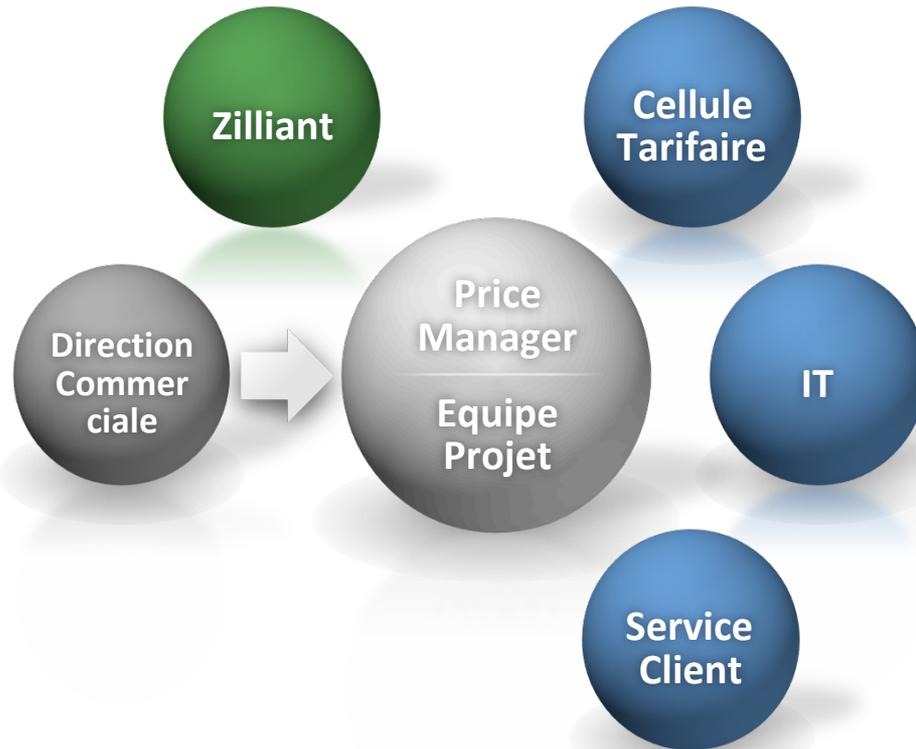
1) La mobilisation de l'organisation

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)

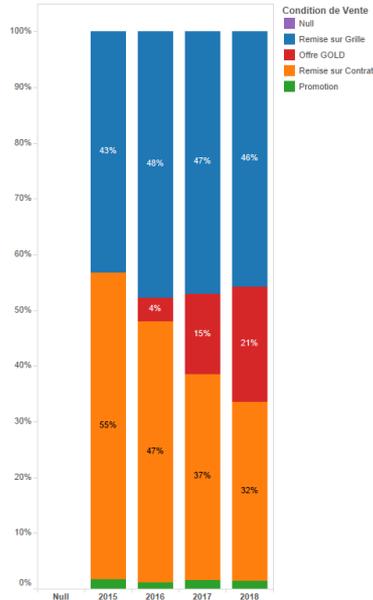
En séparant réflexion et saisie opérationnelle

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

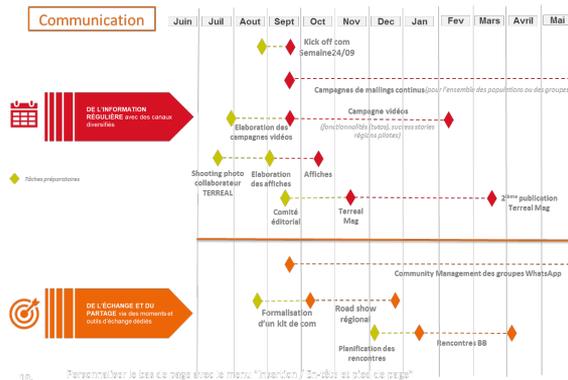
Classement client : 1 étoile à 4 étoiles

2 dimensions de segmentation :

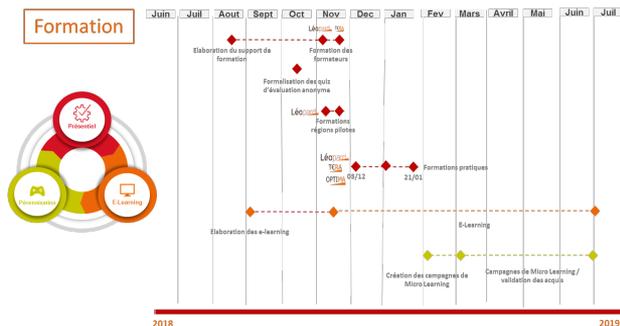
- Typologie client
- Dynamique commerciale

Un plan de conduite du changement avec 3 volets

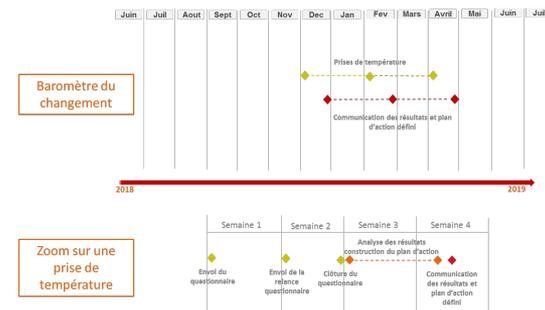
1 Communication



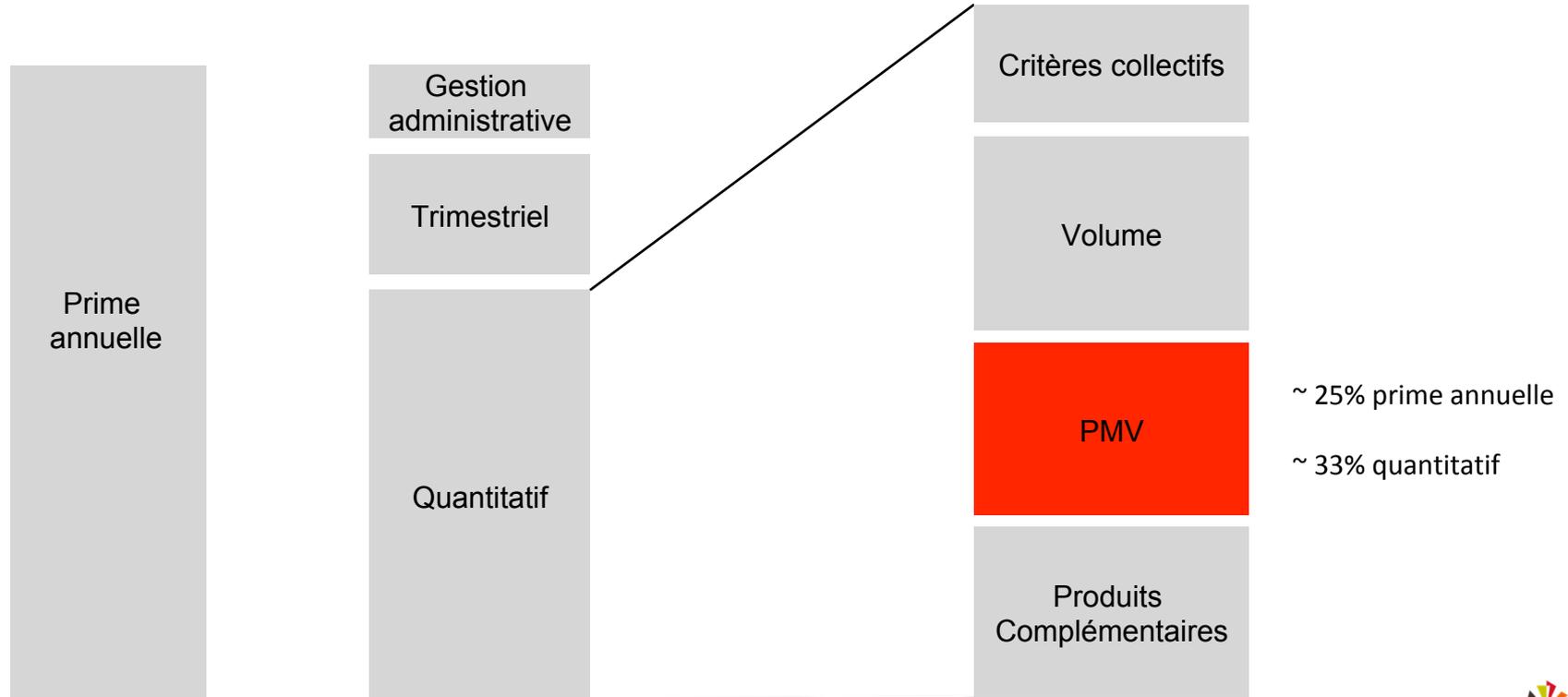
2 Formation



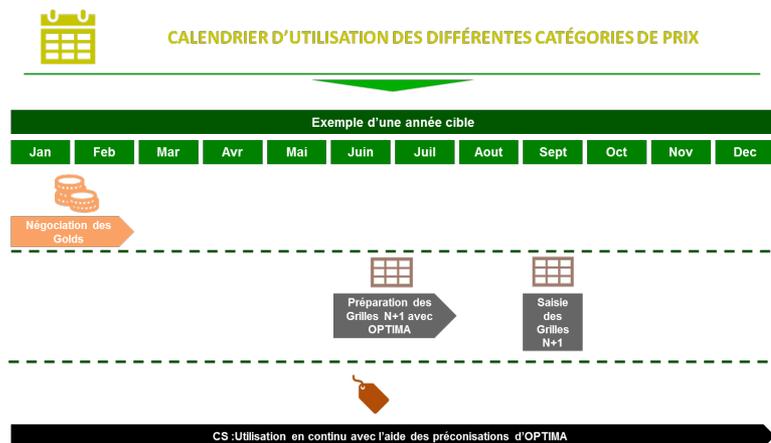
3 Suivi adoption



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

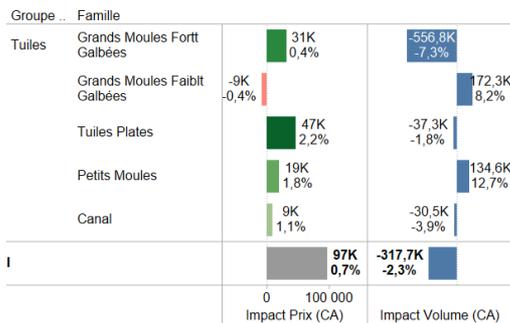
1

Un objectif annuel de plan pricing en euros

Activité	DRV	2018		PLAN 2019		CUMUL REEL 2019		
		Total général	Prévision	Janvier	Prévision	Ecart		
Couverture	Eric Capin	CA : 7 921 759 CA : Impact prix : 138 631 Variation prix demixée : 0,80%	8 060 397 11 807 1,75%	607 422 11 807 1,81%	16 666 1,75%	-4 859 0,06%		
	Gilbert Spanghero	CA : 30 584 541 CA : Impact prix : 216 819 Variation prix demixée : 0,71%	31 119 771 535 229 1,75%	3 353 365 64 370 1,93%	64 346 1,75%	24 -0,02%		
	Laurent Blanchard	CA : 48 137 750 CA : Impact prix : 396 184 Variation prix demixée : 0,86%	48 980 191 842 411 1,75%	4 580 331 49 582 1,16%	101 276 1,75%	-51 694 -0,59%		
	Olivier Ansaud	CA : 31 897 475 CA : Impact prix : 674 016 Variation prix demixée : 1,84%	32 453 691 558 206 1,75%	3 092 198 18 286 0,53%	67 108 1,75%	-55 334 -2,28%		
	Pascal Louvet	CA : 24 609 349 CA : Impact prix : 386 050 Variation prix demixée : 1,52%	25 040 013 430 664 1,75%	2 477 015 27 086 1,11%	61 775 1,75%	-24 689 -0,64%		
	Rémi Greas	CA : 30 725 119 CA : Impact prix : 366 079 Variation prix demixée : 1,17%	31 262 807 537 690 1,75%	4 181 523 78 704 1,91%	64 642 1,75%	14 063 0,23%		
	Structure	Eric Capin	CA : 1 780 CA : Impact prix : 154 Variation prix demixée : -8,57%	1 544 1 654 1,65%	2 468 754 80 770 3,28%	40 485 1,65%	40 286 1,65%	
		Fabrice Lozay	CA : 20 409 111 CA : Impact prix : 454 696 Variation prix demixée : 1,97%	20 745 962 338 750 1,65%	2 468 754 80 770 3,28%	40 485 1,65%	40 286 1,65%	
		Jean-Pierre Santesleban	CA : 18 899 342 CA : Impact prix : 355 212 Variation prix demixée : 1,88%	19 211 391 311 849 1,65%	2 045 150 22 102 1,08%	37 491 1,65%	-15 389 -0,49%	
		Olivier Ansaud	CA : 2 734 904 CA : Impact prix : 23 497 Variation prix demixée : 0,84%	2 780 000 45 128 1,65%	173 091 3 375 1,93%	6 425 1,65%	-2 050 0,01%	
Pascal Louvet		CA : 410 720 CA : Impact prix : -19 233 Variation prix demixée : -4,71%	417 503 6 777 1,65%	24 715 -1 217 -4,92%	5 658 1,65%			
Rémi Greas		CA : 145 468 CA : Impact prix : 4 601 Variation prix demixée : 2,29%	147 897 2 401 1,65%	5 658 2 401 42,2%	113 4,6%			
Béton léger		Fabrice Lozay	CA : 8 240 CA : Impact prix : -1 131 Variation prix demixée : -14,89%	8 498 1 377 1,65%	2 322 3 009 1,28%	247 3,00%		
		Jean-Pierre Santesleban	CA : 511 002 CA : Impact prix : 47 397 Variation prix demixée : 8,19%	528 332 16 330 3,00%	26 938 435 1,61%	1 278 2,9%	-2 315 -0,13%	
		Olivier Ansaud	CA : 2 123 560 CA : Impact prix : 24 013 Variation prix demixée : 1,08%	2 147 573 61 907 2,87%	191 018 5 128 2,68%	7 443 3,00%		
		Total général	CA : 219 152 330 CA : Impact prix : 2 909 744 Variation prix demixée : 1,31%	222 917 297 3 824 761 1,75%	23 220 275 323 969 1,41%	456 655 1,75%	-132 686 -0,33%	

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	283 783,81	318 012	0,89	-1,5%	-3 861	11,8%					

Des questions ?



www.terreal.com