

FÉDÉRATION
FRANÇAISE
DU PRÉT
A PORTER
FÉMININ

WSN ACADEMY

LEARN  GROW  INNOVATE 

CRAQUER LE MODÈLE WHOLESALE :
LES ENJEUX DE L'OMNICANALITÉ





01

OMNICANALITÉ & BUSINESS MODEL

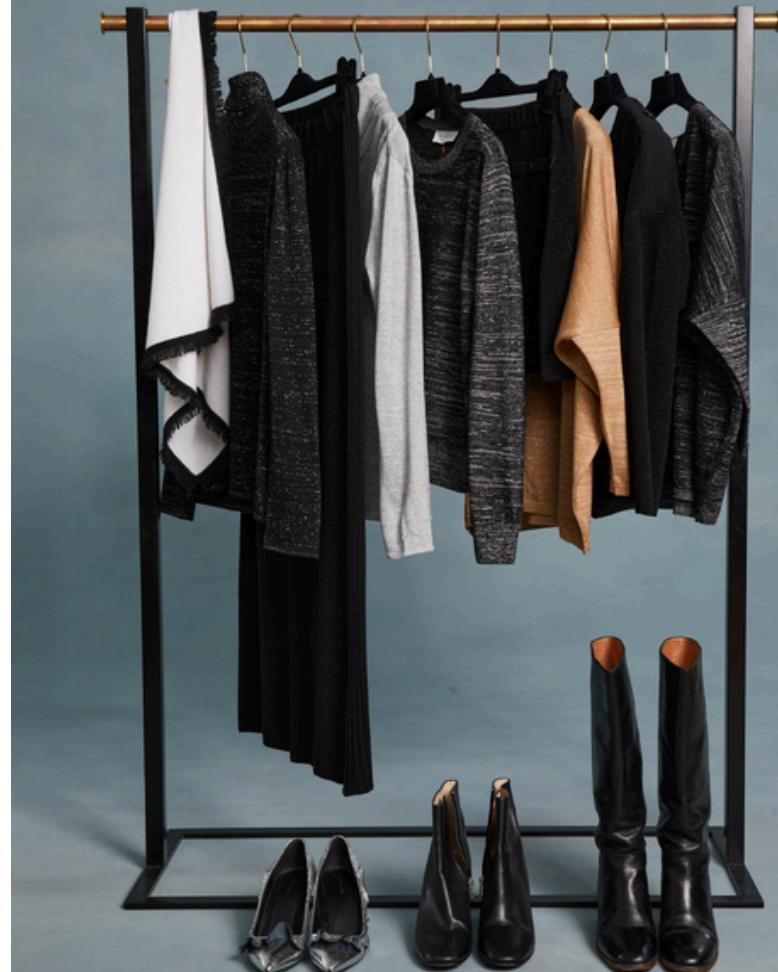
Établir sa stratégie de commercialisation
Optimiser son omnicanalité

RÉFLÉCHIR SA STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION

Via quels canaux mes clients achètent-ils mes produits ?
retail physique • e-commerce • wholesale

Quel est votre objectif wholesale ?

- financier
- notoriété
- image
- internationalisation



@Maison Montagut



OPTIMISER SON OMNICANALITÉ

- Les pratiques évoluent et les 3 canaux traditionnels deviennent perméables.
- Minimisez les risques et renforcez chacun de vos canaux en étant omnicanal !

Le parcours d'une marque en 2024 :

1# Démarrage sur son e-shop

2# Organisation de pop-up physiques éphémères

3# Présence sur des salons

L'OMNICANALITÉ IMPLIQUE UNE GESTION SIMULTANÉE B2B/B2C

COMMUNICATION

Votre désirabilité wholesale ne sera que renforcée par votre communauté BtoC.

CALENDRIER COMMERCIAL

Lorsqu'un même produit est vendu sur différents canaux, attention à ce qu'ils ne rentrent pas en concurrence.

PRODUCTION

Avec le *See Now, Buy Now* : les acheteurs commandent directement sur stock. Il faut alors réussir à bien anticiper les besoins de restocks des boutiques.

LOGISTIQUE

En cas de dépôt, mettre en place une gestion des stocks unifiée.



02

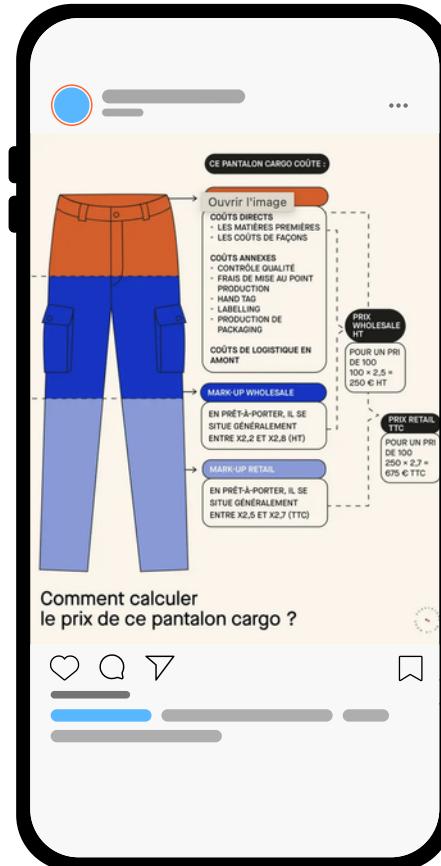
FIXER SON PRIX

Partir du coût de revient
Appliquer ses marges
Ajuster son prix
Quels prix présenter aux wholesalers ?

PARTIR DE SON COÛT DE REVIENT

Le coût de revient intègre tous les coûts imputables individuellement au produit avant l'envoi final au client :

- matières premières
- coûts de main d'œuvre
- coûts annexes
(packaging lié à un produit,
étiquettes, fournitures, contrôle
qualité, coûts de logistique en amont...)



Retrouvez l'article
[Comment calculer la marge d'un produit de mode ?](#)





@Flotte

APPLIQUER SES MARGES

- Les marges des Wholesalers se situent entre **x 2,3 et 2,7**
- Proposer un prix wholesale aligné sur le **prix de vente conseillé (PVC)**, en tenant compte des marges des distributeurs.

AJUSTER SON PRIX

- L'objectif est d'atteindre ce multiplicateur en **calculant la marge cumulée moyenne** de tous les produits.
- Il faut donc ajuster **en fonction du prix psychologique des produits**, qui va venir lisser et ajuster les marges.



@Arsène et les Pipelettes



WHOLESALE PRICE:
SUGG. RETAIL PRICE:

€32.00
€80.00

COMPOSITION:
TECHNIC:

• 100% Organic cotton
Front: Mat Print
BACK: Mat print+Embroidery
Portugal

ORIGIN:

h !!

@Carne Bollente

ET LES WHOLESALERS ?

- **Le Linesheet est LE document essentiel pour tous les acheteurs**
- **Il comporte toutes les informations :**
 - Les photos (packshot)
 - La description produit, références, compositions ...
 - Les conditions générales de vente (CGV) : dates de livraison, minimum de commandes, conditions de paiement ...
 - **Et SURTOUT les différents prix :** exworks, DDP, HT, PCV TTC, \$, € ...



@Louise Misha

TIPS DE NÉGOCIATION

- **Connaître le prix du transport par pièce :** c'est un argument de réassurance pour l'acheteur.
- **Demander un acompte :** cela permet de se prémunir en cas de défaut de paiement de l'acheteur.
- **Mettre en place des seuils de réduction de prix.**



03

PLAN DE COLLECTION

La réflexion de la collection
comme levier wholesale



COMMENT FAIRE DES COLLECTIONS UN OUTIL DE PERFORMANCE ?

- **Se mettre à la place de l'acheteur** et construire un plan de collection cohérent, complet et clair - qui se pitch facilement.
- **Penser rentabilité** : attention aux pièces trop coûteuses qui ne permettent pas d'intégrer la marge wholesale.

MERCH COMPLET

Proposez des pièces qui poussent à créer des looks grâce à une collection complète.

COLLABORATIONS

Créez une relation plus étroite avec l'acheteur qui devient alors un réel partenaire.

CALENDRIER COMMERCIAL

Disséminez de nouveaux contenus de manière régulière afin de répondre aux demandes des acheteurs BtoB.

GARDER SES EXCLUSIVITÉS

Toutes les pièces n'ont pas vocation à être vendues en wholesale : gardez des exclusivités en propre pour attirer sur votre shop.

PILOTER SON PLAN DE COLLECTION DANS UNE PERSPECTIVE WHOLESALE

LES RESSOURCES DE LA FÉDÉRATION

- Ecosystème de la Mode
- Génération Entrepreneurs
- Plan Export
- Subvention JEC
- Flair
- Comment bien réussir mon plan de collection ?
- Comment choisir le bon business model pour ma marque de mode ?
- Comment calculer sa marge ?

MERCI DE VOTRE ATTENTION

Des questions ?

edebouchony@pretaporter.com

wsn-academy@wsn.community

