

K E E V Y

COSMÉTIQUES NATURELS — FRANCE

Créer ton réseau de *partenaires*

Sourcer les bons fournisseurs, recruter tes premiers revendeurs et bâtir des relations qui durent.

GUIDE OFFERT · EBOOK 5 / 5



AVANT DE COMMENCER

Ton réseau vaut plus que ta formule

Une formule se refait. Un fournisseur fiable, un laboratoire disponible et trois boutiques qui te commandent chaque trimestre : ça, ça met des années à se construire.

Ton réseau se compose de deux versants qui n'ont rien à voir. En **amont**, tes fournisseurs : matières premières, packaging, évaluateur de la sécurité, laboratoire d'analyses, façonnier. En **aval**, tes revendeurs : boutiques bio, instituts, concept stores, salons, marchés, partenaires d'affiliation.

La bonne nouvelle : ces deux mondes se recrutent avec la même méthode — être précise, être fiable, et donner avant de demander.

**2**

versants : amont et aval

3

fournisseurs par matière critique

30 à 45 %

la remise revendeur usuelle

Cartographier tes fournisseurs

Avant de chercher, sache exactement qui tu cherches. Une marque cosmétique naturelle dépend en pratique de six types de partenaires.

PARTENAIRE	CE QU'IL T'APPORTE	CE QU'IL FAUT VÉRIFIER
Matières premières	Huiles, beurres, hydrolats, actifs, huiles essentielles	Fiches techniques et de sécurité complètes, certificats d'analyse par lot, origine, certification bio
Packaging	Flacons, pots, pompes, étuis, étiquettes	Quantité minimale de commande, compatibilité contenant/formule, délais réels, disponibilité dans la durée
Évaluateur de la sécurité	L'évaluation obligatoire de chaque produit	Qualification, expérience du naturel, délai d'instruction, tarif par référence
Laboratoire d'analyses	Challenge test, analyses microbiologiques, stabilité	Accréditation, délais, tarifs dégressifs par série
Façonnier	Production en volume si tu passes ce cap	Quantité minimale, capacité à travailler des formules naturelles, confidentialité
Logistique	Expédition, emballage, retours	Coût réel au colis, qualité de suivi, solutions éco-responsables

La règle des trois

Pour chaque matière critique — l'huile de ton produit signature, ton flacon principal — identifie **trois** fournisseurs, même si tu n'en utilises qu'un. Une rupture de stock chez un fournisseur unique peut bloquer toute ta production pendant deux mois.

Où trouver les bons fournisseurs

Les meilleurs contacts ne sont presque jamais sur la première page des moteurs de recherche. Voici les cinq gisements réellement productifs, par ordre d'efficacité.

01 Les salons professionnels

Ingrédients cosmétiques, packaging, filière bio. Une journée sur un salon vaut trois mois de recherche en ligne : tu vois, tu sens, tu négocies, tu repars avec des échantillons.

02 Les producteurs locaux

Distilleries, huileries, coopératives, fermes en agriculture biologique. Circuit court, traçabilité totale, et une histoire de marque impossible à copier.

03 Les groupements de créatrices

Les communautés de fondatrices s'échangent leurs contacts validés. C'est la source la plus rapide et la plus fiable — à condition d'y contribuer aussi.

04 Les distributeurs spécialisés

Ils fournissent la petite production avec de faibles quantités minimales et une documentation complète. Idéaux pour démarrer, plus chers au kilo.

05 Le verso des produits que tu admires

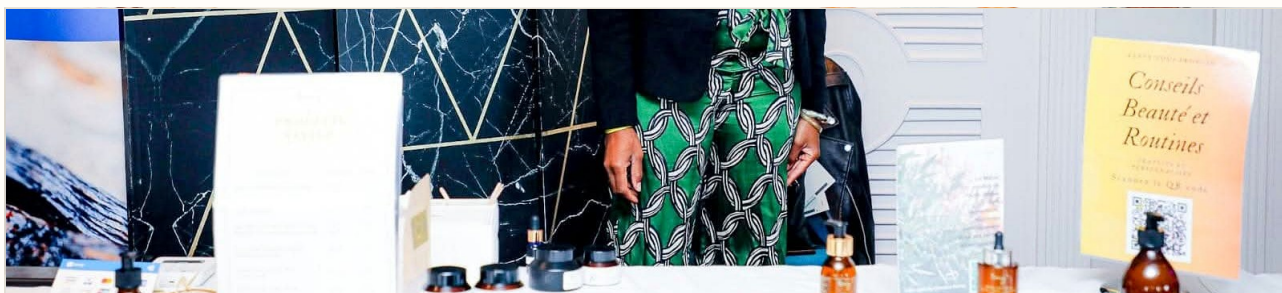
Les mentions d'origine, les certifications et parfois le nom du façonnier figurent sur les emballages. C'est une piste souvent négligée.

AMONT

Évaluer un fournisseur avant de commander

Un fournisseur qui ne fournit pas ses documents n'est pas un fournisseur : c'est un revendeur qui improvise. Voici ta grille de qualification.

- ☐ **Fiche technique** complète pour chaque matière première
- ☐ **Fiche de données de sécurité** à jour
- ☐ **Certificat d'analyse** fourni pour chaque lot livré
- ☐ **Origine géographique** précise, pas seulement « Union européenne »
- ☐ **Certification bio** vérifiable auprès de l'organisme certificateur
- ☐ **Quantité minimale de commande** compatible avec tes volumes réels
- ☐ **Délai de livraison annoncé** — et respecté sur les trois premières commandes
- ☐ **Réactivité** : une question technique doit trouver une réponse en 48 heures
- ☐ **Régularité qualité** : compare la couleur et l'odeur entre deux lots successifs



Le test de la question difficile

Demande le profil en acides gras d'une huile, ou la compatibilité d'un flacon avec une huile essentielle. Un bon fournisseur répond avec précision, ou dit franchement qu'il va vérifier. Un mauvais fournisseur répond « ça va très bien se passer ».

AMONT

Construire une relation qui tient

En période de tension sur les matières premières, les fournisseurs servent d'abord les clients qu'ils apprécient. Ce n'est pas une question de volume : c'est une question de relation.

LEVIER 1

Prévoir tes besoins

Annonce tes volumes à l'avance, même approximatifs. Un fournisseur qui peut planifier te réservera du stock en cas de tension.

LEVIER 2

Payer sans retard

C'est le levier le plus banal et le plus puissant. Une jeune marque qui paie à l'heure obtient rapidement des conditions qu'un gros client négligent n'aura jamais.

LEVIER 3

Les mettre en valeur

Cite tes producteurs, raconte leur travail, tague-les. Tu leur offres de la visibilité gratuite ; ils s'en souviennent.

LEVIER 4

Grouper les commandes

Regroupe-toi avec d'autres créatrices pour atteindre les paliers de remise. Vous partagez la commande, vous partagez l'économie.

Mon huile de tournesol vient d'un producteur à quarante kilomètres de l'atelier. Ce n'est pas la moins chère du marché. Mais je sais qui la produit, et il sait pourquoi j'y tiens.

SANDRINE — FONDATRICE KEEVY

Qui peut revendre tes produits

Tous les points de vente ne se valent pas pour une jeune marque. Voici les cinq profils, du plus accessible au plus exigeant.

PROFIL	POURQUOI C'EST INTÉRESSANT	LE POINT DE VIGILANCE
Boutiques bio indépendantes	Décision rapide, une seule personne à convaincre, clientèle déjà éduquée	Volumes modestes ; il en faut plusieurs pour peser
Instituts et spas	Panier élevé, prescription forte, revente naturelle après soin	Attendent souvent une formation produit et une gamme cabine
Concept stores et épiceries fines	Excellente vitrine et fort effet d'image	Sélectifs sur l'esthétique du packaging
Marchés de créateurs	Trésorerie immédiate, contact direct avec la cliente finale	Chronophage ; à voir comme un laboratoire commercial autant qu'un canal
Coffrets et box partenaires	Découverte massive en une opération	Marges très serrées ; à réserver aux formats découverte

Commence petit, mais commence bien

Trois boutiques qui recommandent chaque trimestre valent infiniment mieux que quinze boutiques qui ont pris un dépôt une fois. Sélectionne, accompagne, et refuse les points de vente qui ne correspondent pas à ton positionnement.

AVAL

Construire ta grille tarifaire revendeur

C'est le point qui bloque le plus de jeunes marques — et il se règle très en amont, dès le calcul de ton prix de revient. Si tu n'as pas anticipé la marge du distributeur, tu ne pourras jamais vendre en revendeur sans travailler à perte.

ÉTAPE	PRINCIPE	EXEMPLE SÉRUM 30 ML
Prix de revient	Matières + packaging + main d'œuvre + amortissement	6,80 €
Prix public conseillé	Coefficient 5 à 6 si tu vises la revente	33 à 39 €
Prix revendeur	Remise usuelle de 30 à 45 % sur le prix public HT	environ 18 à 23 € HT
Ta marge sur revente	Prix revendeur – prix de revient	environ 11 à 16 € par unité

La règle à ne jamais enfreindre

Ne vends jamais sur ton propre site moins cher que le prix public conseillé à tes revendeurs. C'est le meilleur moyen de perdre définitivement un point de vente — et la réputation qui va avec dans un secteur où tout le monde se connaît.

Les conditions à écrire noir sur blanc

- Montant minimum de commande et de réassort
- Délais de livraison et de paiement
- Prix public conseillé et respect de celui-ci
- Exclusivité géographique éventuelle, et sa durée
- Gestion des invendus, des dates courtes et des retours
- Fourniture de PLV, testeurs et échantillons

Démarcher une boutique, concrètement

Le démarchage n'a rien d'un talent inné : c'est une séquence. Suis-la, et ton taux de réponse changera radicalement.

01 Sélectionner

Dix boutiques maximum, choisies parce que leur clientèle ressemble à la tienne. Va les voir, regarde les marques déjà présentes, repère ce qui manque dans leur linéaire.

02 Préparer ton dossier

Deux pages : ton histoire, ta gamme avec photos, tes prix publics et revendeurs, tes arguments de différenciation, tes preuves de conformité.

03 Prendre contact

Un e-mail court et personnalisé, qui cite le nom de la boutique et une raison précise de la contacter. Jamais d'envoi groupé en copie cachée.

04 Proposer un échantillon

Un produit offert, sans condition. Le gérant doit pouvoir l'utiliser lui-même : on ne recommande bien que ce qu'on a testé.

05 Relancer une fois

À J+10, poliment, avec une information nouvelle. Une seule relance : au-delà, tu deviens une charge mentale.

06 Accompagner

Une fois le dépôt fait, forme l'équipe en quinze minutes et fournis un argumentaire d'une page. Une vendeuse qui sait raconter ton produit vend trois fois plus.

Ton kit revendeur

C'est le document qui te fait passer d'« artisane sympathique » à « marque avec laquelle on travaille ». Six pièces suffisent.

PIÈCE 1

La présentation de marque

Une page : ton histoire, ton positionnement, ta différence, tes engagements. Ce qu'un vendeur pourra répéter à une cliente.

PIÈCE 2

Le catalogue produits

Photos nettes sur fond neutre, contenance, INCI, usage, prix public et prix revendeur, code produit et code-barres.

PIÈCE 3

Les conditions commerciales

Minimum de commande, remise, délais, paiement, franco de port, gestion des retours.

PIÈCE 4

Les preuves de conformité

Attestation de notification CPNP, existence d'un DIP, assurance responsabilité civile professionnelle.

PIÈCE 5

L'argumentaire de vente

Une page : les trois questions les plus fréquentes des clientes, et les réponses à donner.

PIÈCE 6

Le matériel de vente

Testeurs, échantillons, présentoir, affiche. Sans testeur, un cosmétique naturel ne se vend pas en boutique.

AVAL

Les partenariats qui font grandir

Au-delà de la revente classique, quatre formes de partenariat coûtent peu et rapportent beaucoup — surtout la première année.

FORMAT 1

L'échange de visibilité

Avec une marque non concurrente qui partage ta cliente : bougies, thé, textile, bien-être. Publication croisée, coffret commun, jeu concours à deux.

FORMAT 2

Le coffret co-brandé

Deux marques, un coffret, deux audiences. Coût partagé, effet de nouveauté garanti, et un produit facile à vendre à Noël.

FORMAT 3

La prescription professionnelle

Naturopathes, sages-femmes, esthéticiennes, coiffeuses. Elles ne stockent pas forcément : elles recommandent. Un code de suivi suffit.

FORMAT 4

L'affiliation

Créatrices de contenu qui touchent une commission sur les ventes générées. Pas de coût fixe, rémunération au résultat, mais choisis-les sur l'affinité, pas sur l'audience.



Le principe du don d'abord

Dans tous les cas, commence par donner : une mise en avant, un contact, une recommandation, un contenu écrit pour l'autre. Les réseaux qui durent sont ceux où quelqu'un a fait le premier pas sans rien demander.

PILOTAGE

Faire vivre ton réseau

Un réseau non entretenu se dissout en un an. Voici le rythme minimum, et le tableau à tenir.

FRÉQUENCE	ACTION	POURQUOI
Chaque mois	Un point avec tes trois meilleurs revendeurs	Détecter les ruptures, les invendus et les retours clients avant qu'ils ne deviennent des problèmes
Chaque trimestre	Une newsletter partenaires : nouveautés, PLV, chiffres	Ils oublient les marques silencieuses ; reste présente sans être insistante
Chaque semestre	Une revue fournisseurs : prix, délais, qualité, incidents	Renégocier au bon moment et anticiper les ruptures
Chaque année	Un événement : atelier, portes ouvertes, rencontre	Transformer des contacts en relations. C'est ce qui fait revenir les gens

Ton tableau de bord partenaires

Une seule feuille de calcul suffit : nom, type (amont ou aval), contact, date du dernier échange, conditions négociées, incidents, prochaine action. Ce fichier vaudra, dans trois ans, bien plus cher que ton logo.

LE MOT DE LA FIN

Tes 90 premiers jours de réseau

01 Mois 1 — Sécuriser l'amont

Trois fournisseurs identifiés par matière critique, documents obtenus et classés, premières commandes test passées, tableau de bord partenaires créé.

02 Mois 2 — Préparer l'aval

Kit revendeur complet, grille tarifaire validée, dix boutiques cibles sélectionnées et visitées physiquement.

03 Mois 3 — Ouvrir

Premiers contacts envoyés, échantillons déposés, une relance par cible, premières mises en linéaire et formation des équipes.

*Je n'ai jamais trouvé un bon fournisseur en cherchant sur internet.
Je les ai tous rencontrés — sur un salon, dans une ferme, ou parce
qu'une autre créatrice m'a dit : appelle-le de ma part.*

SANDRINE — FONDATRICE KEEVY



Sandrine, fondatrice de Keevy

FORMULATRICE · CRÉATRICE DE MARQUE · COACH

J'ai créé Keevy à la main, dans mon atelier, avec une conviction simple : un cosmétique naturel peut être aussi efficace qu'un produit conventionnel, à condition d'être formulé avec rigueur.

Aujourd'hui, la marque vit à travers une gamme complète de soins visage et corps, présente en boutique, sur les salons et en ligne.

J'accompagne désormais celles qui veulent faire le même chemin : formuler, structurer, lancer — sans les erreurs qui coûtent des mois.



La gamme Keevy — des cosmétiques naturels formulés et fabriqués à la main.

PASSE À L'ACTION

Et si on construisait *ta marque* ensemble ?

Un réseau ne se cherche pas seule : il se transmet. Dans le coaching Keevy, tu accèdes à mes fournisseurs validés, à mes laboratoires partenaires, à la communauté privée des fondatrices et aux événements où se rencontrent les bonnes personnes.

1^{er} entretien de 30 minutes — 100 % offert

Un diagnostic de ton projet, un plan d'action personnalisé et des recommandations concrètes.
Sans engagement, sans carte bancaire.

PACK	CE QUE TU OBTIENS	TARIF
Découverte	Entretien 30 min · diagnostic + plan d'action	Offert
Starter	4 séances · 1 mois · positionnement, gamme, 2 produits formulés, conformité, sourcing	590 €
Pro	13 séances · 3 mois · branding complet, 6 produits, dépôt de marque, réseaux sociaux	1 590 €
Ta marque de A à Z	27 séances · 6 mois sur-mesure · jusqu'à 12 produits, VIP, événements premium	2 990 €

RÉSERVE TES 30 MINUTES OFFERTES

coaching.keevy.fr

Keevy Cosmétiques · hello@keevy.fr · keevy.fr

Instagram @keevy_cosmetics.mu · Facebook Keevy · TikTok @keevy.cosmetics.m

Paiement en 1 ou 3 fois sans frais · Garantie satisfaite ou remboursée 14 jours

© 2026 Keevy — Guide informatif offert. Ne constitue pas un avis juridique ni une évaluation de la sécurité.