

ELABORER UNE STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION INNOVANTE

Compétence(s) concernée(s)

- Commercialisation, marketing

Métier(s) concerné(s)

- Agriculteur(ice)
- Meunier(e)
- Boulanger(e)
- Pastier(e)

Objectif général

Construire la meilleure stratégie commerciale pour développer son activité ou son projet

Pré-requis

Chef d'exploitation, conjoints collaborateurs, cotisants solidaires, personnes engagées dans une démarche d'installation ou de création

Objectifs pédagogiques

1. Identifier les leviers pour améliorer la valeur ajoutée sur sa ferme
2. Analyser le marché sur un territoire
3. Identifier les cibles
4. Définir son offre commerciale
5. Positionner son offre sur son marché (forces/ faiblesses)
6. Organiser ses moyens de commercialisation, de communication et de distribution
7. Définir, planifier et piloter un plan d'action commerciale sur 12 mois.

Contenu

1. Les canaux de distributions : de la GMS aux initiatives les plus innovantes
2. Temps de travail « Hors mur » : les apprenants confrontent leur offre aux produits concurrents proposés en Biocoop.
3. J'analyse mon marché (opportunités/ menaces), je positionne mon offre sur un graphique concurrentiel (forces/ faiblesses) « qu'est ce qui se fait aujourd'hui ? »
4. Je dresse le « profil type » de mon client grâce à la technique du

personae (variables individuelles, CSP, style de vie, habitudes de consommation ...) « à qui je vais vendre ? »

5. Temps de coaching individuel : en me basant sur mon analyse, je détermine la problématique et les objectifs de ma future stratégie : « qu'est-ce que je veux faire ? »

6. Je construis un argumentaire de vente.

7. Créer des outils de communication simples (PLV, publications RS ...) grâce à des outils de PAO gratuits (canva ...). Différents outils seront proposés en fonction de la maîtrise informatique et des envies de chacun.

=> Les stagiaires passent en « mode projet » : en sous-groupe ils finalisent leur réflexion, soumettent leurs différentes idées à leurs collaborateurs et rédigent leur plan d'action individuel dans le livret .

Méthode pédagogique

Des jeux pédagogiques visant à la création d'une dynamique de groupe.

Des temps de cours magistraux limités à l'essentiel (et sur des durées maximales de 25 min)

Des temps d'ateliers thématiques : les stagiaires mèneront analyses et réflexion en autonomie accompagnée (coaching formateur + trame documentaire du livret)

Des temps de travail en sous-groupe en « mode projet » pour favoriser l'émulation et l'appui du collectif dans la recherche de solution.

Des jeux de rôles (réponses aux objections clients / négociations référencement ..)

Des temps de travail « hors murs » (étude la concurrence et du marché dans un magasin Biocoop partenaire...)

Des temps de coaching individuels

Un temps de restitution finale des travaux menés individuellement devant le groupe

Supports

Un livret de formation sera remis aux participants à leur entrée en formation. Il compilera les synthèses des éléments d'apprentissages et outils proposés tout au long de la formation ainsi que des fiches et documents pédagogiques à compléter pour accompagner les temps de travail en mode projet (sur la construction des stratégies individuelles)

Intervenants

Julie Peyou (responsable commerciale de l'Odyssée d'Engrain)

Durée

21H - 3 jours

Licence

- CC BY-SA