



“

Tata Véro
à pleins de
choses à
t'apprendre !

STRATÉGIE COMMERCIALE ET TECHNIQUES DE VENTE EN ACTIVITÉ **AGRICOLE**

STRATÉGIE COMMERCIALE ET TECHNIQUES DE VENTE EN ACTIVITÉ AGRICOLE

DURÉE DE LA FORMATION

35 h en (30h en foad + 5h de visio)

DATES

En fonction de la programmation annuelle

PRÉREQUIS

Posséder une entreprise agricole

TARIF

1900€ NET DE TVA

**MODALITÉS
ET DÉLAIS
D'ACCÈS**

Le parcours avant l'entrée en formation est formalisé de la manière suivante : de la demande à l'entrée en formation il ne peut excéder un délai de plus de trois mois. Le demandeur est informé des dates de formation lors de sa demande d'information.

PUBLIC(S) VISÉ(S)

Tous les professionnels du secteur agricole souhaitant développer leur entreprise à travers la stratégie commerciale. Nous consulter

**ACCESSIBILITÉ AUX
PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP**

NON

FORMATION CERTIFIANTE

ATTESTATION DE CAPACITÉ

**SANCTION(S) DE LA
FORMATION**

Véronique Hubert 07 66 39 51 25 asbe.contact@gmail.com

CONTACT DE FORMATION

**MODALITÉS
DE LA FORMATION**

Le parcours avant l'entrée en formation est formalisé de la manière suivante :

De la demande à l'entrée en formation il ne peut excéder un délai de plus de trois mois.

► Le demandeur est informé des dates de formation lors de sa demande d'information

**OBJECTIFS
PÉDAGOGIQUES**

- Acquérir la notion de culture commerciale en développant son efficacité de communication de la préparation à la conclusion.
- Elaborer sa stratégie et se fixer des objectifs quantitatifs et qualitatifs.
- Intégrer dans sa réflexion les outils marketing opérationnels.
- Identifier les différents types de produits et leurs usages et évaluer les chances de succès de votre entreprise sur un marché nouveau.
- Évaluer les risques et les opportunités de lancer un nouveau produit.
- Acquérir les méthodes et les étapes clés pour identifier les axes les plus pertinents du développement de nouveaux produits et les inscrire dans une démarche marketing globale.

PROGRAMME DE FORMATION

STRATÉGIE COMMERCIALE ET TECHNIQUES DE VENTE EN ACTIVITÉ AGRICOLE

MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

Évaluation en ligne sous forme de questionnaire, exercices et un test d'évaluation final en fin de formation.

MOYENS D'ENCADREMENTS

Les stagiaires seront encadrés par Véronique Hubert, formatrice.

CONTENU DE FORMATION

MODULE 1 : CONCEVOIR DES PRODUITS OU CRÉER/DÉVELOPPER L'ÉLEVAGE

Chapitre 1 : Le marché de l'animal de compagnie

Chapitre 2 : Comment vient l'idée

Chapitre 3 : Créer des produits et des services

Chapitre 4 : Les méthodes et les étapes clés d'un lancement

Chapitre 5 : Évaluer les risques et les opportunités de lancer un nouveau produit

Chapitre 6 : Les parties prenantes

Chapitre 7 : Estimer le marché potentiel grâce aux informations marketing

Chapitre 8 : Étudier la concurrence et les meilleurs axes de développement

Chapitre 9 : Établir un budget global des moyens commerciaux à mettre en place

MODULE 2 : LES TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Chapitre 1 :

Se fixer des objectifs atteignables

Chapitre 2 : Comprendre son environnement de vente

Chapitre 3 : Bien préparer son premier RDV avec un prospect ou un adoptant

Chapitre 4 : 13 conseils pour créer une vitrine accueillante

Chapitre 5 : L'étude des besoins de vos clients ou adoptants

Chapitre 6 : La concurrence n'est pas un problème !

Chapitre 7 : Connaître les priorités des clients ou adoptants

Chapitre 8 :

Sortir des croyances limitantes

Chapitre 8 bis : Attention à la légalité : le refus de vente est illégal !

Chapitre 9 :

Les transactions à l'international

Chapitre 10 : Les méthodes de commercialisation

Chapitre 11 : Bâtir son argumentation et traiter les objections

Chapitre 12 : Gérer les situations difficiles et éveiller l'intérêt des prospects

Chapitre 13 :

Les enjeux de la conclusion

MODULE 3 : LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

Chapitre 1 : Le site internet

Chapitre 2 : Les supports papier

Chapitre 3 :

Les réseaux de communication

Chapitre 4 : Les événements extérieurs

Chapitre 5 : La boutique en ligne

Chapitre 6 : Les autres moyens de communication

Chapitre 7 :

Organiser des jeux concours

MODULE 4 : LA RECOMMANDATION ACTIVE

Chapitre 1 : Comprendre les enjeux de la recommandation

Chapitre 2 :

Obtenir d'autres clients potentiels

Chapitre 3 : L'affiliation

Chapitre 4 : Optimiser la conquête client par la recommandation systématique

Chapitre 5 : L'expérience client

Chapitre 6 :

Le remerciement, c'est essentiel !

Chapitre 7 : 10 conseils pour pratiquer l'écoute attentive

Chapitre 8 : Le suivi du client

Chapitre 9 :

La recommandation en élevage.

MODULE 5 : ACTIONS ET ATTEINTE DES OBJECTIFS

Chapitre 1 :

Établir des tableaux de bord

Chapitre 2 : Faire appel à un service de communication

Chapitre 3 :

Déposer une marque à l'INPI

Chapitre 4 : Faire soi-même ou sous-traiter

Chapitre 5 : Prendre un expert-comptable ou un CGA

Chapitre 6 : Le business plan

Chapitre 7 : Savoir transformer un local

Chapitre 8 : Les aides financières

Chapitre 9 : Avoir de la trésorerie

Chapitre 10 :

Faire face aux impayés

Chapitre 11 :

Prendre des collaborateurs

Chapitre 12 :