



“

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

Taux de satisfaction : 81%

DURÉE DE LA FORMATION

35 h en (30h en foaid + 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

FORMATION CERTIFIANTE

NON

SANCTION(S) DE LA FORMATION

ATTESTATION DE CAPACITÉ

CONTACT DE FORMATION

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

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 :