# Développer et optimiser ses ventes en circuits courts

## OBJECTIFS

- Maîtriser la méthodologie pour analyser la stratégie commerciale existante et les enjeux associés
- Savoir élaborer sa stratégie commerciale grâce à une proposition de valeur unique
- Comprendre les différents outils pour décliner la stratégie de manière opérationnelle et générer des revenus
- Savoir élaborer un plan d'actions commerciales comprenant les principes clés de la vente en circuits courts

## ENJEUX

La vente en circuits courts ne s'improvise pas, notamment avec une concurrence croissante pour les producteurs bio (magasins spécialisés, grande distribution, drives fermiers, productions locales, …). Et cette concurrence peut exercer une pression sur leurs marges et/ou réduire leur clientèle.
Même si les ventes semblent satisfaisantes, la pérennité de la ferme dépend de sa capacité à générer de la valeur ajoutée et à conserver une proposition de valeur supérieure au marché.
Ainsi, pour permettre de dégager de la marge commerciale et donc des revenus pour le producteur, il est nécessaire de bâtir et optimiser une stratégie commerciale efficace et efficiente et de choisir les circuits de commercialisation adaptés.

Cette formation a pour objectif de permettre aux producteurs de dresser un bilan de leur commercialisation et d'optimiser leurs ventes via une méthodologie simple et concrète, pour mieux vivre de leur travail.
Un focus particulier est porté sur Internet et les outils utilisables simplement par les producteurs.

## PRÉ-REQUIS

Avoir une structure de vente en circuit court

## CONTENU

Séance n°1 – Comprendre les enjeux de la stratégie commerciale et analyser l'existant
• Pourquoi la stratégie commerciale ? Quelle stratégie actuelle ?
• Atelier collectif – 2 groupes : « Les consommateurs locaux n'achètent pas mes produits à la ferme ou sur le point de vente / Le panier moyen est trop faible par rapport à mes objectifs »
• Du diagnostic à la mise en œuvre : Les grandes étapes / les points clés à travailler
• Analyse N-1, des résultats commerciaux : Quels produits génèrent les revenus de la ferme ?
• Identifier la clientèle ciblée, ses besoins et attentes
• Analyser la concurrence locale et les partenaires liés à cette clientèle

Séance n°2 : Concevoir la stratégie commerciale, rouage essentiel de la ferme
• Savoir identifier les facteurs clés de succès de la ferme
• Déterminer la proposition de valeur de la ferme (valoriser les spécificités et savoir-faire), pierre angulaire de la commercialisation
• Travailler le positionnement et savoir l'exprimer
• Identifier les priorités stratégiques et associer des objectifs
• SCI - Déterminer des objectifs et priorités

Séance n°3 : Décliner la stratégie
• Valoriser les produits, la ferme et les savoir-faire (outil CAP)
• Atelier politique de prix:
• Comment aujourd'hui je calcule le prix de vente des produits ?
• Politique de prix pour un prix rémunérateur
• Commercialiser, pourquoi et comment arbitrer parmi les circuits ? Indicateurs et critères de décision.
• Communiquer efficacement selon les débouchés

Séance n°4 : Mettre en œuvre la stratégie pour optimiser les ventes
• Le plan d'action commercial pour développer et fidéliser la clientèle

## Infos complémentaires

**ORGANISÉE PAR**
FR CIVAM Occitanie

**DURÉE :** 2 jour(s)
**DATE LIMITE :** 05/12/2022

**TARIFS**

| | |
|---|---|
| Adhérent | **560 €** |
| Non adhérent | **560 €** |
| Non agricole | **560 €** |

**Finançable par le fond de formation Vivea**

Tarif solidaire : nous contacter

**ATTESTATION**

Remise en fin de formation

**RENSEIGNEMENTS**

Alexis Louapre
alexis.louapre@civam31.fr
FD CIVAM 31
6, rue du Portail - 31 220 Martres-Tolosane
www.civam31.fr

Infos et inscription :
https://www.civam31.fr/?FormationsDevelopperSesVentesEnCircui

**MENTIONS**

Infos et inscription :
https://www.civam31.fr/?FormationsDevelopperSesVentesEnCircuitsCo

Autre session les 12 & 13/12 à Carcassonne

• Valoriser des éléments de la bio pour conquérir les consommateurs non-bio
• Formaliser mon plan d'action commercial
• Vente directe : l'expérience client, un leitmotiv Intervention Alex ?
• Vente à un intermédiaire : quelques principes de négociation : Jeu de rôle.
• Les prochaines étapes
• Bilan de la formation et évaluation des connaissances

## MODALITÉ D'ENSEIGNEMENT

présentiel

## RÉFÉRENCES QUALITÉ

qualiopi

## DATES, LIEUX ET INTERVENANTS

| Date | Lieu | Intervenant |
|---|---|---|
| **16/12/2022** | 34 avenue de Toulouse, 31390 Haute-Garonne | William Mairesse, Hauts les Courts |
| **15/12/2022** | 34 avenue de Toulouse, 31390 Haute-Garonne | William Mairesse, Hauts les Courts |

## THÈMES

Commercialisation / circuits courts
Commercialisation | Alimentation
Gestion | Accompagner les agriculteurs

## PARTENAIRES

## FINANCEURS

☐ J'atteste avoir pris connaissance des conditions générales de formation (Voir la fiche)