



Formation

Professionnaliser la vente directe



30 et 31 Mai 2016

Locaux des CIVAM - Domaine de Puechlong
30610 Saint Nazaire des Gardies

Optimiser la vente en circuits courts
«Savoir vendre» et «savoir convaincre» en vente directe
et auprès des détaillants
Améliorer ses compétences en relations clients

2 jours de formation-action à destination des agriculteurs
ou collectifs d'agriculteurs commercialisant en vente directe
et à destination des détaillants (magasins de terroir, magasins bio...)
et en demi-gros

Organisation

FD CIVAM du Gard
Domaine de Puechlong
30610 St-Nazaire-des-Gardies
www.civamgard.fr

Contact : Cathy GUIRAUDET
tél : 04.66.77.35.52.
guiraudet.baumel@civamgard.fr

Intervenante :

Emmanuelle ROUZET, formatrice spécialisée en marketing et techniques de vente du vin, des produits agro-alimentaires et des services.

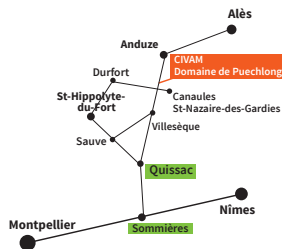
A co-réalisé plusieurs ouvrages «Guide pratique de la vente directe», «Marketing du vin, savoir vendre le vin»...



Infos pratiques

Lieu

Locaux de la FD CIVAM du Gard
Domaine de Puechlong
30610 Saint Nazeaire des Gardies



Horaires

9h00 - 13h00
14h00 - 17h00

Public destinataire

exploitants agricoles, conjoints
collaborateurs, aides familiaux,
cotisants solidaires et person-
nes cours d'installation

Coût de la formation

► **GRATUIT** pour les personnes
éligibles VIVEA (exploitants
agricoles, conjoints, aides fa-
miliaux ou cotisants solidaires
à jour des cotisations MSA).

► **Autre situation** : nous
contacter pour un devis.

Pause de midi

Apporter son pique-nique
(pas de restauration sur place)

Inscription obligatoire avant le 24 Mai

en remplissant le formulaire
en ligne ici

ou en contactant

Cathy GUIRAUDET

guiraudet.baumel@civamgard.fr

PROGRAMME

Lundi 30 Mai 2016

Développer une stratégie de vente directe

Les 3 étapes de la vente directe

Accueillir le client sur son exploitation ou sur son stand au marché, le faire venir, le fidéliser via des professionnels.

Les outils d'aide à la vente

La relation Client – Vendeur

Comment réagir face aux différents types de clients !

Les outils d'aide à la vente (questions, effets, écoute ...)

Utilisation face aux clients

Les jeux joués par les clients - Comment s'adapter ?

Le cycle de vente

L'accueil du client - la phase d'introduction selon les types de clientèle (particuliers, détaillants, grossistes...).

Comment l'optimiser ? Avec quels outils ?

Présentation de l'exploitation, de l'activité, de la marque collective - la phase d'introduction selon les types de clientèle (particuliers, détaillants, grossistes...). Comment l'optimiser ? Avec quels outils ?

La recherche des besoins et des motivations du client

Quelles informations essentielles recueillir de la part de son client qu'il soit particulier ou professionnel.

Réalisation d'une fiche de visite pour les clients professionnels.

Mardi 31 Mai 2016

Le cycle de vente - suite

Présentation des produits (et/ ou de la gamme de produits)

- De la présentation à la dégustation : développer une argumentation efficace.
- Transformer le client en prescripteur.

S'adapter aux réactions de la clientèle (particuliers, détaillants, grossistes, restaurateurs)

- Les différents types de réponses
- Traitement de tous les types de remarques : neutres, positives, négatives. (C'est trop cher, je n'aime pas etc. ...).

La négociation des prix lors de négociations professionnelles

Politique de remises, de ristournes, de frais de transport, d'actions d'accompagnement.

Les techniques de conclusion