

## Mieux vendre ses PPAM en circuits courts

**Objectif** Être capable de dresser un bilan de sa commercialisation en PPAM et d'optimiser ses ventes via une méthodologie simple et concrète, pour mieux vivre de son travail

### PROGRAMME

**Prix :** tarifs disponibles via [ce lien](#)

**Nombre de places :** 15

**Lieu :**

A définir

**Publics concernés :**

Producteurs en PPAM bio et porteurs de projet en PPAM bio

**Prérequis :**

Avoir un ordinateur/tablette et une connexion internet

**Validation :**

Certificat délivré après la formation

**Accès formation :**

Accessibilité possible aux personnes atteintes de handicap, selon ce dernier. Nous l'indiquer à l'inscription.

**Contact(s)**

**Responsable de la formation**

Eva Carrico

[eva.carrico@bio-centre.org](mailto:eva.carrico@bio-centre.org)

06 18 23 59 23

**Renseignement/inscription**

[formation@bio-centre.org](mailto:formation@bio-centre.org)

06 80 70 88 13

Inscription au plus tard 3 jours ouvrés avant le début de la formation.

**En cas de contrainte particulière veuillez nous contacter**

**Durée totale :** 15h30

**30 janvier 2025 - distanciel**

• **9h00 - 12h30**

La situation des circuits courts bio en 2024 et évolution des attentes consommateurs

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 »

Identifier la clientèle ciblée, ses besoins et attentes

Répondre aux attentes de la clientèle en valorisant une offre pertinente en PAM :

→ Quels produits proposer ? quels services ?

→ Comment la toucher avec les bons arguments (1 préoccupation conso/votre solution)

Formuler le positionnement - "atelier pitch"

**6 février 2025 - présentiel**

• **9h00 - 17h00**

Travailler le positionnement et savoir l'exprimer - retour collectif sur les positionnements

Atelier collectif - Déterminer des objectifs et priorités

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 physiques et digitaux ? Indicateurs et critères de décision.

Les 10 erreurs à éviter en circuits courts

Cibles prioritaires : valoriser les produits, la ferme et les savoir-faire (outil CAB)

➤ Elaborer un argumentaire de vente en fonction de la clientèle ciblée

➤ Valoriser des éléments de la bio pour conquérir les consommateurs non-bio

➤ Atelier participatif « construction argumentaire »

Le plan d'action commercial pour développer et fidéliser la clientèle

Atelier collectif - Cas d'un participant

Formaliser son plan d'action commercial

## 27 janvier 2025 - distanciel

- 9h00 – 12h30

Communiquer efficacement selon les débouchés :

o Construire un plan de communication

o Communication physique et communication digitale : outils et mise en œuvre

o Communiquer via les réseaux sociaux

Outils et supports de communication utilisables simplement par les stagiaires

Réflexion individuelle - Intégration au plan d'actions commercial

Les prochaines étapes

Bilan de la formation et évaluation des connaissances ?

## 27 mars 2025 - distanciel

- 9h00 – 12h30

Restitution individuelle des actions mises en œuvre et des compétences acquises

- Propositions collectives d'amélioration ou d'évolutions

- Savoir faire évoluer mon plan d'action commercial pour optimiser mon énergie.

- Les besoins de développement de compétences.

---

**Méthodes pédagogiques :** présentation par l'intervenant, exercices et réflexions en sous-groupes, utilisation de l'outil collaboratif klaxoon

**Modalités d'évaluation :** Questionnaire d'auto-évaluation en début et fin de session

---

### **Intervenant(s)**

WILLIAM MAIRESSE, CONSULTANT-FORMATEUR ET FONDATEUR DE « HAUT LES COURTS ! » SPÉCIALISÉ VALORISATION ET COMMUNICATION EN CIRCUITS COURTS DANS L'AGRICOLE