



n° d'agrément : 24 45 0249645

Taux de satisfaction
96 % en 2023

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

06 18 23 59 23

Renseignement/inscription

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