



Euskal Herriko Etxe Ekoizleen Elkarte

Association des Producteurs Fermiers du Pays Basque

PROGRAMME DE FORMATION

SAVOIR DEFINIR SA STRATEGIE MARKETING ET COMMERCIALE



Version du 6 février 2023

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Indiquer les compétences à acquérir en termes de savoirs, savoir-faire et savoir-être ou à mettre en œuvre. Les objectifs doivent être opérationnels et évaluables.

Permettre aux participants :

- Etudier leur marché pertinent
- Choisir les cibles de clientèle adaptées aux objectifs poursuivis
- Savoir s'adapter aux cibles de clientèle choisies
- Développer une stratégie marketing et commerciale efficace

PUBLIC CONCERNÉ

Producteurs fermiers.

PRÉ-REQUIS

Indiquer le niveau requis, l'expérience ou les compétences nécessaires, ou l'absence de pré-requis, le cas échéant
Aucun pré-requis nécessaire.

DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

Indiquer la durée en heures, les horaires et les dates de la formation et l'effectif de stagiaires prévu

3 jours de formation (21h) : Lundi 6 mars – mardi 21 mars – et mardi 18 avril 2023

Possibilité d'accueillir jusqu'à 12 stagiaires

LIEU DE LA FORMATION

Adresse précise de réalisation de la formation (ou « sur site client » si la formation a lieu chez les clients)

Lieu à confirmer.

CONTENU DE LA FORMATION

Renseigner les intitulés des modules composant la formation (ajouter un descriptif succinct pour chaque module, en termes d'apports théoriques, pratiques, méthodologiques) et indiquer la durée pour chaque module

Intitulé du module	Descriptif et apports	Durée
1. Connaître son marché	<p>Introduction du module – Définitions des concepts clefs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition de son marché pertinent : orientation marchée et exploitation - Définition de la demande - Les attentes de la clientèle visée. Les chiffres clés qui permettent de prendre des décisions. - Connaître son marché : Définition du marché pertinent et des acteurs importants de ce marché. Identification des sources d'informations et présentation des outils d'aide à la décision. Qui sont mes clients ? Mes futurs clients ? Comment se comportent-ils ? Combien sont-ils ? Quels sont mes concurrents ? Quelles sont les ressources de mon entreprise ou de mon exploitation pour s'adapter à mon marché ? - Les différentes stratégies marketing et commerciales possibles. - Comment structurer des études de marché pertinentes adaptées aux projets ou aux exploitations des participants ? Quels sont les outils ? Les méthodes ? Préparation des outils et des méthodes selon les besoins des participants (étude documentaire, études qualitatives, études quantitatives...) 	7h

Haize Berri – 64120 OSTABAT-ASME

☎ : 05.59.37.23.97

✉ : apfpb@free.fr

www.idoki.org

Les actions de l'Association des Producteurs Fermiers du Pays Basque reçoivent le soutien de :





Euskal Herriko Etxe Ekoizleen Elkartea

Association des Producteurs Fermiers du Pays Basque



	<ul style="list-style-type: none"> - Comment réaliser le diagnostic marketing et commercial de son exploitation ou de son projet ? Prise en compte des ressources techniques, des ressources financières et des ressources humaines (compétences, formations...). Présentation des matrices adaptées <p>Réalisation d'un diagnostic complet par chacun des participants</p>	
2. S'adapter à son marché	<ul style="list-style-type: none"> - Choisir sa (ses) cible (s) de clientèle selon les objectifs poursuivis à moyen terme - Définir son positionnement - Structurer son mix-marketing : <ul style="list-style-type: none"> - Produit (composition, gamme, ligne, packaging, nom, marque, histoire, services associés...) - Prix : définir ses tarifs par circuit de distribution, selon ses coûts de revient, selon ses concurrents etc. - Circuit de distribution et forces commerciales - Communication : les outils adaptés à la stratégie commerciale et marketing choisie <p>-Description des principales décisions à prendre pour bâtir un plan marketing et commercial cohérent pour ses produits ou/et pour son entreprise selon les forces et les faiblesses de celle-ci</p> <p>-Exemples selon les marchés ciblés.</p> <p>Chaque participant détermine son plan d'actions marketing et commerciales</p>	7h
3. Comment construire sa stratégie commerciale ?	<ul style="list-style-type: none"> - Quelle organisation commerciale mettre en place dans son exploitation ou son entreprise ? - Quels objectifs commerciaux définir par rapport à son marché ? - Réaction, action ou influence : quelle stratégie choisir par rapport à son marché et à son environnement concurrentiel ? - Les types de stratégie commerciale selon les circuits de distribution. - Comment construire une action commerciale adaptée à sa gamme de produits ? - Du plan d'actions au tableau de bord : comment piloter la démarche commerciale de son exploitation ou de son entreprise ? <ul style="list-style-type: none"> - avec quels outils ? - dans quelle limite ? - Quels ratios pertinents mettre en place pour : <ul style="list-style-type: none"> - Valider sa démarche commerciale ? - Analyser la performance de l'exploitation en matière de : - Positionnement par rapport à la concurrence ? - Recherche d'efficacité par rapport à son marché ? <p>Conclusion du module</p>	7h

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Préciser les méthodes et techniques d'animation (exposés, cas pratiques, mises en situation...)

Apports pédagogiques – présentation d'exemples – Simulations - mises en applications immédiates pour les stagiaires

Haize Berri – 64120 OSTABAT-ASME

☎ : 05.59.37.23.97

✉ : apfpb@free.fr

www.idoki.org

Les actions de l'Association des Producteurs Fermiers du Pays Basque reçoivent le soutien de :





Euskal Herriko Etxe Ekoizleen Elkartea

Association des Producteurs Fermiers du Pays Basque



PROFIL DU(DES) FORMATEUR(S)

Indiquer les nom(s), prénom(s), compétences, qualifications, expérience,... des intervenants si possible.
Sinon, vous pouvez mettre un profil type

Emmanuelle ROUZET, formatrice depuis plus de 25 ans, spécialisée en marketing et techniques de vente du vin, des produits agro-alimentaires et des services.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Indiquer comment vont être évalués l'acquisition et l'amélioration des compétences (contrôle continu, test, dossier, mise en situation,...)

Evaluation en fin de stage par un questionnaire d'évaluation.

MOYENS TECHNIQUES

Ex : salles, ordinateurs, matériel,...

Salle avec un paperboard pour la partie théorique.

TARIFS

Pour les adhérents : 10€/jour – prise en charge du restant par Vivéa

Pour les porteurs de projets en démarche d'installation (PPP) et les paysans non adhérents : 15 €/j – prise en charge du restant à la charge de l'association.

Pour les non-paysans : 25€/heure – merci de demander un devis à apfpb.commercialisation@gmail.com

DELAÏ D'ACCES

Indiquer la durée estimée entre la demande du bénéficiaire et le début de la prestation.

Exemple : « Les inscriptions doivent être réalisées une semaine avant le début de la formation. »

Les inscriptions à la formation sont possibles jusqu'au 3 mars 2023 inclus.

CONTACT

Indiquer comment et qui contacter pour pouvoir obtenir des renseignements complémentaires

Amaia Costa – 06.74.42.61.95 – 05.59.37.23.97 – apfpb.commercialisation@gmail.com

ACCESSIBILITE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP ET DEMANDES PARTICULIERES

Les personnes en situation de handicap, ainsi que les personnes qui ont des contraintes personnelles et/ou familiales (ex : enfants en bas-âge) et souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation

Une attestation de formation sera remise à chaque stagiaire en fin de formation

Formation non accessible à distance -

Formation ne donnant pas lieu à la délivrance d'une certification professionnelle

Haize Berri – 64120 OSTABAT-ASME

☎ : 05.59.37.23.97

✉ : apfpb@free.fr

www.idoki.org

Les actions de l'Association des Producteurs Fermiers du Pays Basque reçoivent le soutien de :

