



Outils de développement commercial pour les élevages de chevaux

Programme de formation pour la Fédération Nationale du Cheval

Dates :

- 6 et 27 Mars 2008, à Paris.

Lieu :

- Locaux de la FNSEA, 11 rue de la Baume 75008 PARIS
- Métro : Mirosmenil
- Salle 107 (1^{er} étage)

Objectifs :

- Aider les éleveurs de chevaux à développer leurs ventes en adoptant une démarche marketing structurée et des outils de communication ciblés et efficaces.

Méthodes pédagogiques :

- La session alterne des apports de connaissances et de méthodes, des présentations d'exemples concrets et des phases de discussion et de questionnement entre les stagiaires et avec les intervenants.
- L'animation pédagogique sera assurée par Jean-Luc Petit, formateur à l'IFOCAP. Deux experts du marketing direct, de l'internet et de la communication commerciale interviendront au cours du séminaire.
- La formation se veut concrète, attractive et innovante. Elle laisse une large place à l'expression des participants.

Déroulement :

Jour 1, le Jeudi 6 Mars 2008

de 9H30 à 12H30 :

Le marketing : une démarche pour valoriser son élevage et développer ses ventes

- Présentation des participants et introduction de la formation

- Présentation de la démarche marketing : segmentation du marché, ciblage de la clientèle, positionnement de l'offre, définition du produit, canaux de distribution, fixation du prix, actions de promotion et de communication.
- Comment nous situons-nous dans la démarche marketing ? Quelles sont nos pratiques ? Quels sont nos besoins ? Qu'est-ce que cela peut nous apporter ?
- Exercice de segmentation et de ciblage à partir des cas des participants à la formation.
- Exercice de positionnement : quelles sont les attentes de mes clients ? qu'est-ce qui différencie mes produits ? comment valoriser mes avantages ?

de 13H30 à 17H :

Pourquoi et comment créer un site web pour présenter son élevage, démarcher de nouveaux prospects et développer sa clientèle ?

- Etat des lieux des pratiques de promotion commerciale dans les élevages de chevaux.
- Que peut apporter un site web ? Quelle clientèle voulons-nous démarcher ? Quelles sont nos objectifs à moyen terme ?
- Présentation des outils internet de prospection : création du site, référencement, dynamisation et animation du site.
- Les outils de vente.
- Comment s'y prendre ? Comment rédiger son cahier des charges ? A qui s'adresser ?
- Combien ça coûte ?

* Intervenant : **Christian Gentileau**, consultant en marketing direct et nouvelles technologies de l'information.

Jour 2, le Jeudi 27 Mars 2008

de 9H30 à 12H30 :

L'art de la communication commerciale : comment réaliser des supports attrayants

- Les bases de la communication commerciale : la notion de « territoire de marque ».
- Les principes de la communication graphique.
- Les différents outils et supports de communication, leurs caractéristiques et leurs usages : logo, affiche, plaquette...
- La démarche de conception d'un support papier : du cahier des charges à la création graphique.
- Les bonnes pratiques et les critères d'évaluation d'un support de communication.
- Analyse des supports réalisés par les participants.
- Présentation d'exemples de supports par l'intervenant.

* Intervenant : **Yves Bigot**, graphiste, formateur en école d'art, gérant du studio.

de 13H30 à 17H :

Concevoir une stratégie marketing et un plan de communication pour développer son élevage

- Synthèse de la méthode de construction du plan marketing et du plan de communication.
- Elaboration d'une grille de diagnostic pour évaluer les pratiques de marketing et définir les besoins de l'entreprise.
- Inventaire des fiches méthodologiques à réaliser pour diffuser les pratiques de marketing et de communication commerciale dans le réseau des éleveurs de chevaux.
- Evaluation des besoins complémentaires.
- Conclusion et évaluation du séminaire.