

Sophie Blanc Consulting

STRATÉGIE COMMERCIALE | DÉVELOPPEMENT

Programme de formation 2019-2020

SOPHIE BLANC CONSULTING SAS

1 TER impasse Martindoit 33550 Langoiran - +33 6 32 24 35 79 - info@sophieblanc.com - www.sophieblanc.com

SIRET 817 589 096 00012 - RCS Bordeaux - TVA FR 80 817 589 096

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 75331082633 auprès du préfet de région Nouvelle-Aquitaine

STRATÉGIES COMMERCIALES : CONTEXTE ET MISE EN PERSPECTIVE

MODALITÉS

1 à 2 jours complets ou 7 à 14h réparties selon disponibilités. Le temps de formation sera adapté au niveau du/des stagiaires.

PUBLIC

Tous professionnels du vin ou toutes personnes ayant des connaissances limitées dans le domaine et souhaitant intégrer la filière.

PROGRAMME

1. Du marketing transactionnel au marketing relationnel
 - a. Définitions
 - i. Inbound Marketing
 - ii. Outbound Marketing
2. Le marché du vin
 - a. En général
 - b. Des vins de Bordeaux
3. Ne pas mettre ses œufs dans le même panier
 - a. Vente de vin en vrac
 - b. Vente de raisin (cave coopérative et CMD)
 - c. Vente de vin en bouteilles
4. Typologie de la clientèle d'un domaine
5. La recherche de prospects
 - a. Les sources relationnelles (réseau personnel, professionnel, les clients, les partenaires, etc...)
 - b. Les sources externes (annuaires, la presse, sondage, bases de données en ligne, etc...)
 - c. Les sources internes (SIC, le site internet, les employés, etc...)
 - d. La méthode de recherche sur les réseaux sociaux : Viadeo, LinkedIn, Google+, etc

COUT – sur devis nous consulter

MIEUX COMMUNIQUER POUR VENDRE SON VIN : APPROCHE MARKETING ET WEB COMMUNICATION

MODALITÉS

1 jour complet ou 7h réparties selon disponibilités.

PUBLIC

Tous professionnels du vin ou toutes personnes ayant des connaissances limitées dans le domaine et souhaitant intégrer la filière.

PROGRAMME

1. Les différents outils : Quels outils de communication utilisés par rapport à son positionnement ?
2. Les fiches techniques
3. Plaquette de présentation
4. Stratégie concours
 - a. Panorama des concours selon les marchés cibles
 - b. Revue de presse
5. Autres outils
 - a. Kakemono, goodies, etc.
6. Site Internet
7. Les réseaux sociaux

COUT – sur devis nous consulter

SOPHIE BLANC CONSULTING SAS

1 TER impasse Martindoit 33550 Langoiran - +33 6 32 24 35 79 - info@sophieblanc.com - www.sophieblanc.com

SIRET 817 589 096 00012 - RCS Bordeaux - TVA FR 80 817 589 096

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 75331082633 auprès du préfet de région Nouvelle-Aquitaine

DÉFINIR UNE POLITIQUE TARIFAIRE ÉQUILIBRÉE

MODALITÉS

2 jours complets ou 14h réparties selon disponibilités.

PUBLIC

Tous professionnels du vin ou toutes personnes ayant des connaissances limitées dans le domaine et souhaitant intégrer la filière.

PROGRAMME

1. Votre environnement : ce qui impacte directement ou indirectement vos coûts et les prix de vente
 - a. Les composantes : l'organisation interne, l'environnement immédiat
 - b. La mise en place d'une veille concurrentielle, économique et juridique. Les outils d'analyse de son environnement : étude comparative des prix de vente, étude de marché
 - c. Les impacts sur son modèle économique associés à la nature de son outil de production
2. Contrôle des coûts
 - a. Les différentes catégories de coûts qui entrent dans le coût de revient d'une bouteille
 - b. Les notions de marge unitaire, de marge brute et de marge nette
3. Définir une politique tarifaire
 - a. Les stratégies de prix (Ecrémage, alignement, pénétration)
 - b. Les circuits de distribution : négoce, export, professionnels, cavistes, CHR, particuliers, etc.
 - c. Les différents types de prix
4. Elaborer ses tarifs
 - a. Réglementations
 - b. Réalisation pratico-pratique (exemples et exercices)

COUT – sur devis nous consulter

PROSPECTER ET CONQUÉRIR DE NOUVEAUX CLIENTS

MODALITÉS

2 jours complets ou 14h réparties selon disponibilités.

PUBLIC

Tous professionnels du vin ou toutes personnes ayant des connaissances limitées dans le domaine et souhaitant intégrer la filière.

PROGRAMME

1. Organiser sa prospection
 - a. Définir ses cibles
 - b. Constituer son fichier de prospection
 - c. Déterminer le potentiel et l'accessibilité des prospects
 - d. Choisir ses moyens de prospection
2. Obtenir des rendez-vous de prospection qualifiés
 - a. Qualifier ses interlocuteurs
 - b. Franchir les différents barrages / objections
 - c. Accrocher l'intérêt de l'interlocuteur
3. Réussir le premier entretien avec un prospect
 - a. Accrocher l'intérêt du prospect
 - b. Questionner pour comprendre les besoins explicites et implicites
 - c. Engager vers l'action : argumenter pour convaincre
 - d. Conclure positivement l'entretien, quelle que soit l'issue. Assurer le suivi de la prospection
4. Mettre en place un plan de prospection
 - a. Créer un rythme de prospection
 - b. Établir un plan de relance et de suivi
 - c. Saisir toutes les occasions de rester dans le paysage du prospect
 - d. Faire de chaque client un apporteur d'affaires
5. Les aides disponibles

COUT – sur devis nous consulter

SOPHIE BLANC CONSULTING SAS

1 TER impasse Martindoit 33550 Langoiran - +33 6 32 24 35 79 - info@sophieblanc.com - www.sophieblanc.com

SIRET 817 589 096 00012 - RCS Bordeaux - TVA FR 80 817 589 096

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 75331082633 auprès du préfet de région Nouvelle-Aquitaine

UTILISER LES FOIRES ET SALONS A BON ESCIENT

MODALITÉS

1 à 2 jours complets ou 7 à 14h réparties selon disponibilités. Le temps de formation sera adapté au niveau du/des stagiaires.

PUBLIC

Tous professionnels du vin ou toutes personnes ayant des connaissances limitées dans le domaine et souhaitant intégrer la filière.

PROGRAMME

1. Quels salons choisir ? – Panorama des salons
 - a. Les salons particuliers
 - b. Les salons professionnels
2. Bien préparer son salon
 - a. Logistique
 - b. Administratif
 - c. Marketing
 - d. Budget
3. La prospection avant salon
 - a. Définir les bonnes cibles
 - b. Quels moyens utilisés pour les toucher ?
 - c. Retroplanning
4. Jour J
 - a. Quel speech adopté ?
 - b. Quelle stratégie ?
5. Le suivi
 - a. Relance des prospects
 - b. Rentabilité
6. Les aides disponibles

COUT – sur devis nous consulter

RÉUSSIR SON PHONING

MODALITÉS

2 jours complets ou 14h réparties selon disponibilités.

PUBLIC

Tous professionnels du vin ou toutes personnes ayant des connaissances limitées dans le domaine et souhaitant intégrer la filière.

PROGRAMME

1. Les bases d'Excel
 - a. Fonction et mise en forme
 - b. Traitement des données client
 - c. Techniques de classement des données
2. Théorie
 - a. Les enjeux du phoning
 - b. La transmission & Prise de RDV
 - c. Les enjeux commerciaux
3. Techniques de phoning
 - a. Les outils : voix, intonation
 - b. Techniques de reformulation, questionnement, silence etc.
4. Les entretiens téléphoniques
 - a. Scripts et objections possibles
 - b. Action commerciale et validation des commandes
 - c. Programmation du suivi clientèle

COUT – sur devis nous consulter

SOPHIE BLANC CONSULTING SAS

1 TER impasse Martindoit 33550 Langoiran - +33 6 32 24 35 79 - info@sophieblanc.com - www.sophieblanc.com

SIRET 817 589 096 00012 - RCS Bordeaux - TVA FR 80 817 589 096

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 75331082633 auprès du préfet de région Nouvelle-Aquitaine

Informations complémentaires communes à toutes les formations :

- Les formations peuvent être organisées pour des groupes ou en individuel.
- Les formations au lieu au sein de nos locaux : 1 Ter impasse Martindoit, 33550 Langoiran
- Les formations Sophie Blanc Consulting sont reconnues par la Région Nouvelle Aquitaine, déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 75331082633

Cette liste de formation est non exhaustive. [Contactez-nous](#) pour nous exposer vos besoins et nous vous proposerons des formations sur mesure !

FINANCEMENT

Sophie Blanc Consulting est un organisme de formation agréé, nous sommes donc habilités à établir des conventions de formation continue qui vous permettront de prétendre, le cas échéant, au financement de celle-ci.

[Contactez-nous](#) pour demander une convention et un programme de formation afin de constituer votre dossier de financement ou pour toute autre question à ce sujet.

CALENDRIER DE FORMATION

[Contactez-nous](#) pour obtenir nos prochaines dates.



Des formatrices à votre écoute !

Sophie Blanc



Après des études supérieures au Canada (HEC Montréal), Sophie se lance dans l'aventure Sophie Blanc Consulting en 2008, proposant son soutien afin de valoriser commercialement les produits du terroir.

Forte d'une formation commerciale et oenologique (Formation CAVES), Sophie connaît le marché et ses attentes. Depuis 2016, elle vous transmet son expertise à travers des formations au plus près de vos besoins dans un souci d'efficacité et de rentabilité.

Lise Menetret

Issue d'un master en communication et d'une formation commerciale et oenologique (Formation CAVES), Lise a rejoint Sophie pour l'aider dans sa démarche en 2014.

Depuis 2018, forte de diverses expériences en France et à l'étranger, elle vous transmettra son savoir-faire afin d'optimiser vos démarches export, l'organisation d'événements corporate et vos outils de communication.



SOPHIE BLANC CONSULTING SAS

1 Ter impasse Martindoit 33550 Langoiran - +33 6 32 24 35 79 - info@sophieblanc.com - www.sophieblanc.com
SIRET 817 589 096 00012 - RCS Bordeaux - TVA FR 80 817 589 096

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 75331082633 auprès du préfet de région Nouvelle-Aquitaine

[Consultez notre CVthèque !](#)