



Nous sommes entrés depuis une quinzaine d'années dans l'ère de la « communication ». Agriculteurs, comme entreprises du secteur agricole, n'échappent pas à la règle. Plus encore, la société attend de ce secteur de mieux communiquer sur ses pratiques. S'il est question de notoriété ou d'image à entretenir, il est aussi question de performance et d'amélioration de ses ventes. Dans cette formation, nous étudierons comment définir une stratégie de communication efficace et comment la mettre en place avec des outils simples et pratiques, accessibles au plus grand nombre.

Principaux objectifs pédagogiques

- O1 : Définir une stratégie de communication adaptée à son exploitation ou à son entreprise**
- O2 : Connaître les outils simples et pratiques pour communiquer efficacement**
- O3 : Définir son plan d'actions personnalisé pour les mois à venir**

Déroulé pédagogique

Jour 1

1. Définir son plan de communication

- Définir ses objectifs
- Définir sa cible
- Analyse concurrentielle
- Analyser ses forces et ses faiblesses (SWOT)
- Définir ses avantages concurrentiels et messages différenciants

=> Application pratique

2. Les outils pratiques pour une communication digitale efficace

A. Les outils simples pour assurer une présence en ligne minimale

- Fiche google my business
- Savoir choisir les réseaux sociaux adaptés à son activité

B. Les outils pour aller plus loin : le web

- créer un site internet : pourquoi ? comment ?
- Les bases du référencement SEO
- Les bases du référencement SEA

C. Les objets publicitaires

- Choisir les supports adaptés à son objectif : flyers, autocollants, kakémono, cartes de visite, ...
- Etre aidés : Prestataires et outils de création

Jour 2

3. Les outils de fidélisation clients

- Politique promotionnelle de fidélité
- Se constituer une base client
- Envoyer une newsletter

4. Application concrète adaptée à son entreprise (après-midi - 0,5 jours)

- Affiner sa stratégie de communication
- Choisir les outils pertinents pour atteindre ses objectifs
- Rédiger une feuille de route adaptée à son entreprise

- **Durée:** 2 jours (14h) en présentiel
- **Niveau :** découverte (ou niv I)
- **Dates :** Voir le calendrier des formations courtes en ligne, rubrique formation continue
- **Ce stage prépare-t-il à une certification ?** non
- **Délais d'accès :** inscriptions souhaitées minimum 2 semaines avant le début de la formation

- **Publics cibles :** professionnels travaillant dans le secteur agricole ou en lien avec lui
- **Pré-requis :** aucun, si ce n'est l'envie de professionnaliser sa communication
- **Positionnement et modalités d'évaluation :** test de positionnement , évaluation de l'atteinte des objectifs, questionnaire de satisfaction
- **Equipe pédagogique**
Louise Lesparre, fondatrice de La Clé des Champs, ex responsable marketing
- **Modalités pédagogiques**
 - Présentation d'un power point
 - Etude de cas pratiques
 - Le + : Atelier pour définir sa feuille de route en séance
- **Nombre de personnes par session :** 5 - 15

Renseignements : Claire DELMAS, Responsable FTLV, T : 0557350711, partenariats@agro-bordeaux.fr

Contact inscriptions et financement: formco@agro-bordeaux.fr

Modalités de financement : plan de développement des compétences, OPCO, financement personnel, Pôle Emploi,... Bordeaux Sciences Agro est certifié Qualiopi.